



> LA CONECTIVIDAD URBANA EN AMÉRICA LATINA: UNA MIRADA A BUENOS AIRES

Roxana Barrantes

Instituto de Estudios Peruanos
roxbarrantes@iep.org.pe

Aileen Agüero

Instituto de Estudios Peruanos
aileen.aguero@gmail.com

Eduardo Vargas

Instituto de Estudios Peruanos
evargas@iep.org.pe

> Este trabajo se llevó a cabo con la ayuda de fondos asignados al IEP por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo y de la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional, Ottawa, Canadá.

Roxana Barrantes, Aileen Agüero y Eduardo Vargas

La conectividad urbana en América Latina: Una
mirada a Buenos Aires

Lima: Diálogo Regional sobre Sociedad de la
Información, (2015).



Este documento cuenta con una licencia Creative Commons del tipo Reconocimiento-No comercial-Compartir bajo la misma licencia 2.5 Perú. Usted puede copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra y hacer obras derivadas, bajo las condiciones establecidas en la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/legalcode>

TABLA DE CONTENIDOS

Índice de tablas	4
Índice de gráficos	6
1. Introducción	9
2. Características socio-demográficas	12
2.1 Características del hogar	12
2.2 Características de los informantes	16
3. Patrones de Acceso	19
3.1 Informantes que usan móvil/Smartphone o BlackBerry	22
3.2 Informantes que usan Internet en Tablet, notebook, XO o PC.....	25
4. Uso de Internet desde cualquier dispositivo	31
4.1 Información sobre Internet usado para aprender.....	45
4.2 Información sobre Internet usado para trabajo o negocios	48
4.3 Información sobre Internet usado para interactuar con el Gobierno	51
4.4 Información general sobre Internet usado para aprender, trabajar y/o interactuar con el Gobierno	54
5. Sección Actitudinal.....	56
6. Balance	59

Índice de tablas

Tabla 1. Composición de la Unidad Familiar Preguntas 1.2, 1.3 y 1.4	13
Tabla 2. Características de los hogares (N=1.149) Preguntas 1.5, 1.6 y 1.7	14
Tabla 3. Educación y empleo en el hogar (N=1.149) Preguntas 1.7, 1.9 y 1.11.....	15
Tabla 4. Características de los informantes (N=1.149)	17
Tabla 5. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=1.149)	18
Tabla 6. Funciones del móvil o Smartphone que son usadas por más del 50% de los informantes, por estratos (N=989) Pregunta 2A.3	24
Tabla 7. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde casa (N=672)	28
Tabla 8. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde una cabina pública (N=59).....	29
Tabla 9 Perfil sociodemográfico de los individuos que resuelven solos sus dudas (N=225)	30
Tabla 10. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=822).....	31
Tabla 11. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para aprender o estudiar (N=47).....	46
Tabla 12. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de aprender con a Internet (N=184)	48
Tabla 13. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para trabajo o negocios (N=51)	49
Tabla 14. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de trabajar o hacer negocios con Internet (N=136)	50
Tabla 15. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para interactuar con el Gobierno (N=83).....	52

Tabla 16. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de interactuar con el Gobierno con Internet (N=119).....	53
Tabla 17. Perfil sociodemográfico de los individuos que saben que tienen derecho a acceder a información pública (N=140).....	54
Tabla 18. Perfil sociodemográfico de los individuos que consideran que Internet no debe ser libre y que hay que tener cuidado con la información personal que se sube (N=153).....	56
Tabla 19. Perfil sociodemográfico de los individuos que consideran que el acceso a Internet debe ser garantizado por el Estado (N=654)	57

Índice de gráficos

Gráfico 1. Distribución de la Población por Estratos (N=1.149)	12
Gráfico 2. Composición Familiar por Estratos (N=3.651) Pregunta 1.4	13
Gráfico 3. Nivel educativo de los encuestados mayores de 18 años (N=2.532) Pregunta 1.7.....	14
Gráfico 4. Nivel educativo de los encuestados mayores de 18 años por niveles socioeconómicos (N=2.532) Pregunta 1.7	15
Gráfico 5. Distribución de actividades laborales (N=1.680) Pregunta 1.13	16
Gráfico 6. Distribución de los informantes entre los grupos etarios y su rol en el hogar (N=1.149) Preguntas 1.2 y 1.4	17
Gráfico 7. Acceso a dispositivos tecnológicos (N=1.149) Pregunta 2.1.....	19
Gráfico 8. Uso de teléfonos celulares por estratos (N=1.149) Pregunta 2.1	20
Gráfico 9. Motivos por los cuales no usa el dispositivo Preguntas 2.7 y 2.8	21
Gráfico 10. Motivos por los que los individuos no acceden a Internet desde alguno de los dispositivos Preguntas 2.9 y 2.10.....	22
Gráfico 11. Participación de mercado de red móvil (N=989) Pregunta 2A.1	23
Gráfico 12. Información sobre acceso ilimitado (N=658) Pregunta 2A.6.....	25
Gráfico 13. Intensidad y antigüedad promedio en el uso de Internet (N=719) Preguntas 2B.1 y 2B.2	26
Gráfico 14. ¿Cómo aprendió a usar Internet? (N=719) Pregunta 2B.3	26
Gráfico 15. Usos de Internet (N=719) Pregunta 2B.8.....	27
Gráfico 16. Usos de Internet por nivel socioeconómico (N=719) Pregunta 2B.8.....	27
Gráfico 17. Tiempo destinado a usos de Internet (N=822) Pregunta 3.1.....	32

Gráfico 18. Tiempo destinado a usos de Internet por nivel socioeconómico (N=822)	
Pregunta 3.1.....	32
Gráfico 19. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para estudios? (N=508)	
Pregunta 3.3	34
Gráfico 20. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para trabajo o negocios? (N=478)	
Pregunta 3.4.....	35
Gráfico 21. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información del Gobierno? (N=515)	
Pregunta 3.5	36
Gráfico 22. ¿Usa Internet para las siguientes actividades? (N=822)	
Pregunta 3.6	36
Gráfico 23. Uso de Internet para aprender (N=822)	
Pregunta 3.6.....	37
Gráfico 24. Plataformas más usadas para aprender en Internet (N=291)	
Pregunta 3.7	38
Gráfico 25. Uso de Internet para trabajo o negocios (N=822)	
Pregunta 3.6	39
Gráfico 26. Plataformas más usadas para trabajar o hacer negocios en Internet (N=280)	
Pregunta 3.7	39
Gráfico 27. Uso de Internet para comunicarse con el Gobierno (N=822)	
Pregunta 3.6	40
Gráfico 28. Plataformas más usadas para interactuar con el Gob. en Internet (N=237)	
Pregunta 3.7.....	41
Gráfico 29. Uso de Internet para entretenimiento (N=822)	
Pregunta 3.6	42
Gráfico 30. Plataformas más usadas para entretenimiento en Internet (N=723)	
Pregunta 3.7.....	43
Gráfico 31. Uso de Internet para informarse (N=822)	
Pregunta 3.6	44
Gráfico 32. Plataformas más usadas para informarse en Internet (N=438)	
	44
Gráfico 33. Actividades de aprendizaje en Internet (N=291)	
Pregunta 3.12	45
Gráfico 34. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el aprendizaje (N=291)	
Pregunta 3.13.....	47
Gráfico 35. El uso de Internet ha ayudado a hacer mejor sus tareas (N=416)	
Pregunta 3.13.....	47

Gráfico 36. Actividades relacionadas a negocios o trabajo en Internet (N=280) Pregunta 3.15.....	49
Gráfico 37. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el trabajo o negocios (N=280) Pregunta 3.16.....	50
Gráfico 38. Actividades de comunicación o interacción con el Gobierno en Internet (N=237) Pregunta 3.18	51
Gráfico 39. Percepciones sobre los beneficios de Internet para interactuar con el Gobierno (N=237) Pregunta 3.19	53
Gráfico 40. Características de la información buscada en Internet según finalidades Pregunta 3.22	55
Gráfico 41. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet (N=1.138) Pregunta 4.1	58

1. INTRODUCCIÓN

Desde DIRSI, hemos venido estudiando las estrategias de adopción y patrones de uso de las TIC, concentrándonos en las poblaciones pobres y excluidas de la región. En el estudio pionero del uso de móviles, realizado en 2007, identificamos y documentamos esas estrategias como, por ejemplo, el uso de llamadas perdidas para establecer comunicación, o las percepciones de los pobres sobre lo caro del servicio móvil.¹

El uso de diferentes tipos de dispositivos, como el Smartphone, tabletas, o computadoras de escritorio, para contar con acceso a la Internet es una tendencia predominante a nivel mundial. Estamos frente a un panorama diferente de conectividad en la región y varios años de experiencia en el uso de las tecnologías para la comunicación y el acceso a la información. Las personas, independientemente de su nivel de ingreso, están participando en diferentes tipos de redes para distintos fines, y la tecnología de comunicación es el mediador de preferencia. ¿Es cierto que el acceso es casi universal y no se percibe un efecto inhibitor del consumo? ¿Permite este acceso más oportunidades para el desarrollo de las personas? ¿Cómo cambia la interacción social ahora que las tecnologías promueven accesos abiertos?

En este contexto, emprendimos un esfuerzo para recoger información cuantitativa de los patrones de uso de las TIC en diversos dominios de la vida (el personal, educativo, de empleo) en tres grandes concentraciones metropolitanas de la región. Buenos Aires, la ciudad de Guatemala y Lima, fueron seleccionadas, debido a que cada una representa la ciudad principal, de mayor población, de tres países de diverso nivel de PBI per cápita: Argentina, de ingreso medio alto; Perú, de ingreso medio; y Guatemala, de ingreso medio bajo.²

El trabajo de campo fue realizado entre mediados de noviembre y mediados de diciembre de 2014 a 1200 hogares por ciudad. En cada uno de estos hogares seleccionados aleatoriamente, se eligió, también de manera aleatoria, a un informante mayor de 13 años, para explorar en profundidad su patrón de uso y percepciones sobre Internet. La encuesta indaga sobre el acceso y uso de Internet, particularmente en el uso de plataformas y datos de acceso libre; además, se presta especial atención a los usos relacionados a actividades educativas o de aprendizaje, a actividades laborales o búsqueda de empleo, y a la comunicación o interacción con el gobierno. Además, se consideró examinar el uso de Internet a través de los diferentes dispositivos mediante los cuales se puede usar este servicio. De esta manera, en un primer bloque (bloque A) se incluyen los teléfonos móviles básicos y los Smartphones o BlackBerry; en el segundo bloque (bloque B), las Tablet, Notebook, XO y PC están incluidas, mientras que los Smart TVs y otros pertenecen al bloque C.

¹ Galperin y Mariscal (2007).

² Datos del Banco Mundial (2014). <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD> (Consultado el 06/08/15).

Este documento muestra los primeros hallazgos para Buenos Aires, capital de Argentina. Como en varios otros países, la liberalización del mercado de telecomunicaciones se dio en la década de los noventa, resultando en grandes avances de conectividad.³ Así, al año 2014, el país cuenta con 10 millones de líneas fijas y 61 millones de líneas móviles. En cuanto al servicio de Internet, hay 33 millones de usuarios; además, se encuentran 7 millones de clientes de banda ancha fija y 21 millones de suscripciones a Internet de banda ancha móvil. Debe mencionarse también que las ventas de PC pasaron de 1.850.000 en 2008 a 3.500.000 en 2014, mientras que la venta de Notebook y Netbook pasó de 680 a 2.800.000 en el mismo periodo.^{4 5}

Por otro lado, las empresas operadoras móviles ofrecen una gran variedad de planes que incluyen Internet, con tarifas para acceso diario hasta acceso mensual. La empresa Personal (con más de 40% de participación de mercado), al segundo trimestre de 2014, ofrecía planes postpago y prepago, con el límite más bajo de 10 MB, hasta 10.240 MB. Movistar, con casi 30% del mercado, ofrece también mínimo 10 MB y máximo 15.360 MB. Por último, Claro, con 28% de participación de mercado, tiene también como tope inferior 10 MB, ofreciendo asimismo un plan de Internet ilimitado mensual, además de un plan especial para Blackberry. Los tres operadores ofrecen sus servicios haciendo uso de la tecnología 3G.

A inicios de 2015,⁶ la Comisión Nacional de Comunicación anunció que en Argentina ya se ha iniciado el despliegue de redes móviles de cuarta generación (4G LTE), lo cual permitirá transformarlas drásticamente en términos de velocidad y disponibilidad. Este despliegue se ha dado en las capitales y grandes ciudades, y se prevé que la primera etapa culmine en 18 meses.

Una última característica importante a tener en cuenta en el mercado móvil Argentino es que desde agosto de 2014, se estableció el Plan Nacional Prepago, con “precios cuidados”, dando a los usuarios la posibilidad de elegir un plan móvil a nivel nacional, acordado con los operadores, para aquellos que elijan la modalidad prepago, por un máximo de 12 meses.⁷

El plan del texto es el siguiente. En la primera sección se muestran estadísticos sobre la composición de la unidad familiar y sus características socioeconómicas; en la segunda, se encuentra la información sobre los patrones de acceso a las TIC y el uso que hacen los informantes de los diferentes dispositivos tecnológicos; en la tercera sección se

³ En 1990, la empresa estatal de telecomunicaciones ENTel fue privatizada iniciando el programa de privatización argentino.

⁴ Fuente: Cámara de informática y comunicaciones de la República Argentina. (Consultado el 07/05/15). http://www.cicomra.org.ar/cicomra2/asp/estadistica_nota-sb.asp?id_template=6.

⁵ La población total de Argentina, según el censo realizado en 2010 es de 40.117.096, y la de Gran Buenos Aires de 13.596.320. Fuente: INDEC.

⁶ Ver: http://www.cnc.gob.ar/institucional/la-evolucion-de-la-telefonía-móvil_n579. (Consultado el 07/05/15).

⁷ Ver: http://www.cnc.gob.ar/institucional/precios-cuidados-para-la-telefonía-móvil_n14

describe cómo y para qué es que los informantes usan Internet, seguida de una sección actitudinal. El documento cierra con un breve balance de estos hallazgos.^{8 9}

⁸ De igual manera, el informe global de la encuesta, así como los informes de Lima y Ciudad de Guatemala se encuentran disponibles en los siguientes enlaces:

- [Informe Global.](#)
- [Documento de Lima.](#)
- [Documento de la Ciudad de Guatemala](#)

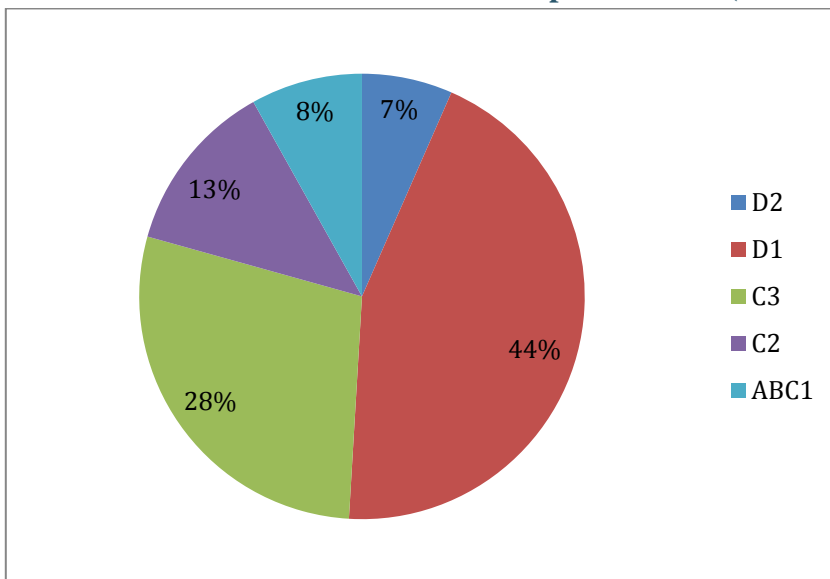
⁹ Los cuestionarios de encuentran disponibles en este enlace: [Cuestionarios de la Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.](#)

2. CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS^{10 11}

2.1 Características del hogar

La muestra de Buenos Aires está compuesta por 3.651 personas en 1.149 hogares que viven en zonas urbanas y se distribuyen en los niveles socioeconómicos, como se aprecia en el siguiente gráfico:¹²

Gráfico 1. Distribución de la Población por Estratos (N=1.149)



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

En este universo, como se muestra en la Tabla 1, un hogar está compuesto en promedio por 4 personas (4 es la media), con 2 hombres y 2 mujeres. Al mismo tiempo, en 3 de cada 10 hogares se encuentran adultos mayores, en 1 de cada 3 hay infantes y en 1 de cada 5 se encuentran jóvenes; sin embargo, se tienen 2 adultos en promedio por hogar.¹³

¹⁰ Este documento contiene los estadísticos descriptivos aplicando el factor de expansión de la muestra para ser representativo del universo de la población de la ciudad de Buenos Aires en aquellas variables que la describen.

¹¹ En la muestra, de los 3.651 encuestados las mujeres representan el 52,26% y cuando se aplica el factor de expansión representan el 52,63% de la población.

¹² Para calcular el nivel socioeconómico se utilizó el nivel educativo del jefe del hogar:

- D2 si el jefe de hogar tiene estudios que van desde sin nivel a primaria incompleta.
- D1 si el jefe de hogar tiene estudios que van desde primaria completa a secundaria incompleta.
- C3 si el jefe de hogar tiene estudios que van desde secundaria completa a terciaria incompleta.
- C2 si el jefe de hogar tiene estudios que van desde terciaria completa a universitaria incompleta.
- ABC1 si el jefe de hogar tiene estudios que van desde universitaria completa a postgrado.

¹³ Se definen los grupos etarios de la siguiente manera: infantes de 0 a 11 años, jóvenes de 12 a 17 años, adultos de 18 a 59 años y adultos mayores 60 a más.

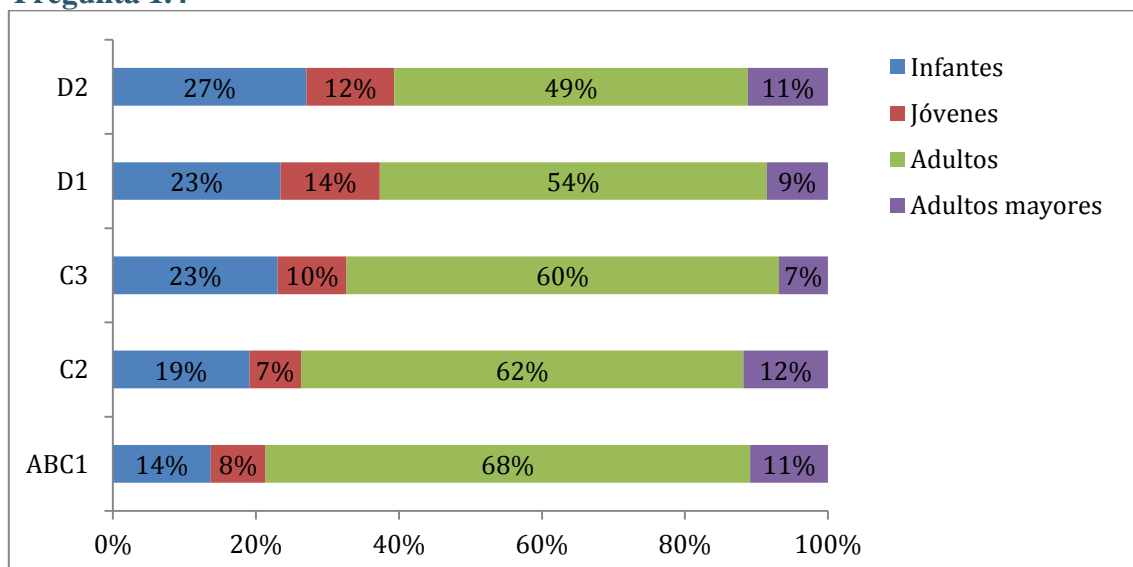
Tabla 1. Composición de la Unidad Familiar
Preguntas 1.2, 1.3 y 1.4

	Mediana	Media	Mínimo	Máximo	Desv.
Número de miembros	4	4,0	1	12	1,87
Edad promedio	30	33,0	8	79	14,62
Varones	2	2,1	0	7	1,23
Mujeres	2	1,9	0	6	1,21
Número de Infantes	0	0,9	0	7	1,18
Número de Jóvenes	0	0,5	0	5	0,76
Número de Adultos	2	2,3	0	7	1,23
Número de Adultos mayores	0	0,3	0	3	0,62
	Obs.		Porc.		
Hogares con Infantes	1.149		34,0%		
Hogares con Adultos mayores	1.149		30,8%		
Hog. con Adul. May e infantes	1.149		4,2%		
Hogares con Jefas mujeres	1.149		34,5%		

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

A su vez, se tiene que en la muestra existen 690 infantes, 356 jóvenes, 2.148 adultos y 356 adultos mayores; según niveles socioeconómicos, la composición se mantiene relativamente constante, a excepción del número de infantes y de adultos dentro del hogar, que se incrementa y disminuye, respectivamente, según se baja en los niveles socioeconómicos.

Gráfico 2. Composición Familiar por Estratos (N=3.651)
Pregunta 1.4



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Se encontró que el castellano es el idioma principal en el 98,96% de los hogares, siendo el guaraní el segundo idioma más frecuente (en tan sólo el 0,65% de los hogares). Además, se puede observar que hay por lo menos un analfabeto en el 2% de los hogares de Buenos Aires; según estratos, se encontró que este porcentaje asciende a 5% en el estrato D2 y es de sólo 1% en el ABC1.

Tabla 2. Características de los hogares (N=1.149)
Preguntas 1.5, 1.6 y 1.7

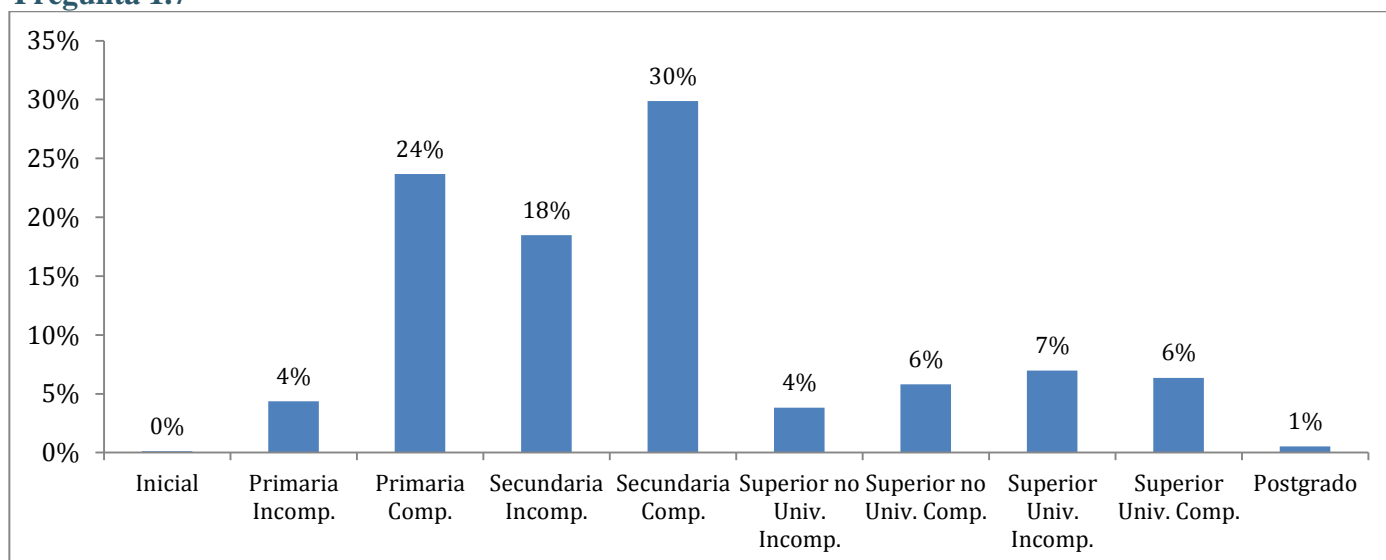
Nivel Socioeconómico	Idioma principal				% de Analfabetos
	Castellano	Guaraní	Portugués	Otros	
Total de Hogares	98,96%	0,65%	0,10%	0,28%	2,1%
ABC1	99%	0%	0%	1%	1%
C2	99%	1%	0%	0%	2%
C3	99%	0%	0%	0%	2%
D1	99%	1%	0%	0%	2%
D2	95%	2%	2%	2%	5%

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

En el tema educativo, como se puede ver en el Gráfico 3, cerca de un tercio de la población mayor de 18 años sólo ha alcanzado a terminar la secundaria completa (30%), un 19% sólo tiene secundaria incompleta y un 24% primaria completa; a su vez, solamente el 7% de la población alcanzó a terminar una formación universitaria.

Gráfico 3. Nivel educativo de los encuestados mayores de 18 años (N=2.532)
Pregunta 1.7



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

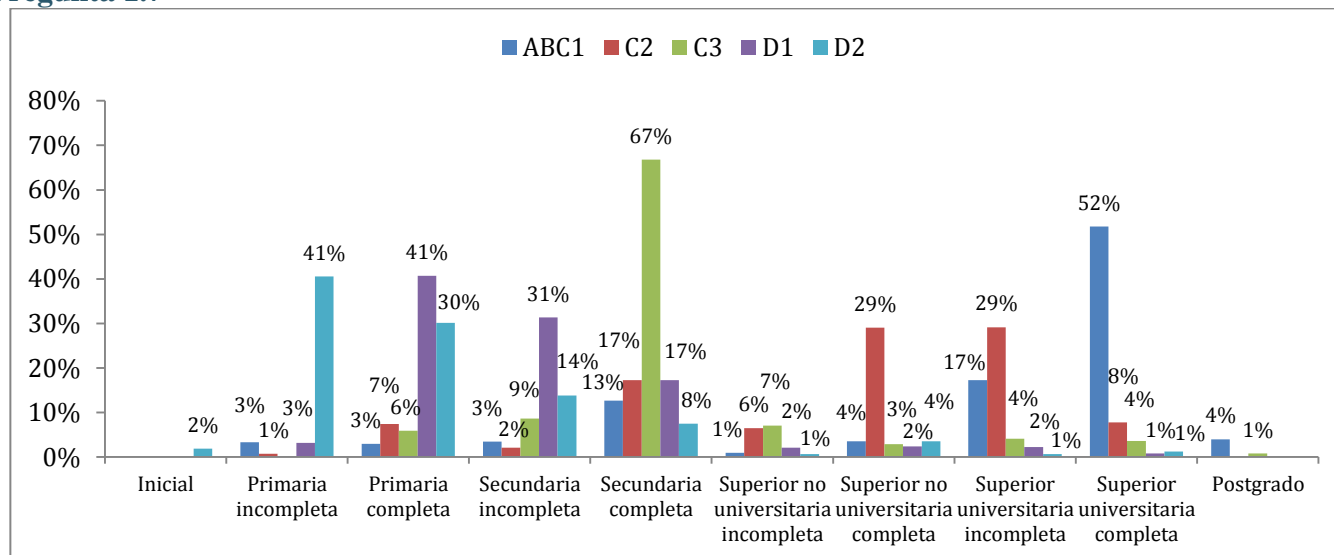
Elaboración propia.

El Gráfico 4 muestra, por niveles socioeconómicos, que el estrato ABC1 tiene el porcentaje más alto de personas con educación universitaria completa en comparación a los otros estratos, mientras que el estrato C3 tiene el porcentaje más alto personas que

sólo alcanzaron a completar el nivel secundario. Asimismo, se puede observar que la mayor parte de las personas en el estrato D2 tienen los niveles educativos más bajos.

Gráfico 4. Nivel educativo de los encuestados mayores de 18 años por niveles socioeconómicos (N=2.532)

Pregunta 1.7



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Otra característica importante, como se aprecia en la Tabla 3, es que el 22,3% de los hogares de Buenos Aires por lo menos tiene un miembro que ha completado la educación superior; al observar dentro de los estratos, se tiene que este porcentaje es sustancialmente más alto en el estrato ABC1 (91%), cae a cerca de la mitad en el C2 y vuelve a caer a menos del 20% en los demás estratos. Por otra parte, el 45,3% de los hogares cuenta con al menos una persona que está estudiando actualmente; este patrón se mantiene constante salvo en el estrato D2 (36%).

Tabla 3. Educación y empleo en el hogar (N=1.149)

Preguntas 1.7, 1.9 y 1.11

Nivel Socioeconómico	Hogares con al menos un estudiante	Hogares con al menos un miembro con educación superior completa	Hogares con al menos dos trabajadores
Total de Hogares	45,3%	22,3%	42,7%
ABC1	44%	91%	52%
C2	51%	56%	48%
C3	44%	15%	45%
D1	46%	7%	40%
D2	36%	8%	31%

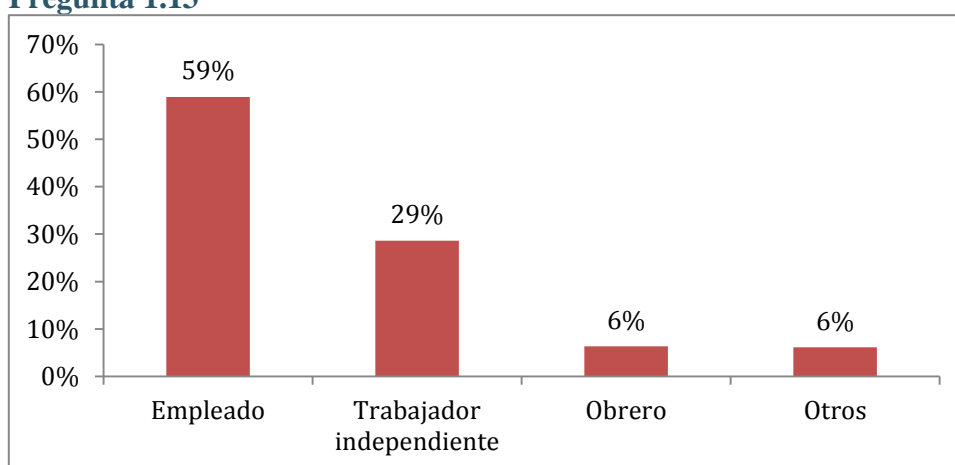
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Indagando sobre las actividades laborales, se encontró que en el 42,7% de los hogares se cuenta con por lo menos dos personas que trabajan, y este porcentaje es mayor en los estratos más altos. Se encontró también que el grupo de adultos mayores (N=457) se encuentra principalmente en el grupo que no trabaja (67%).

Cuando se analizan las características de la población mayor a trece años en relación al mercado laboral, se encuentra que la actividad principal del 59% de la población una semana antes de responder a la encuesta fue trabajar; entre ellos un 59% es empleado, el 29% es trabajador independiente, el 6,3% es obrero y el 6,1% se reparte entre trabajadores a comisión, trabajadores del hogar, trabajadores familiares no remunerados y patrones o empleadores, como se ve en el siguiente gráfico.¹⁴ Según estratos socioeconómicos, se encontró que ser empleado es la ocupación más frecuente en todos los niveles, a excepción del estrato D2 en cual los trabajadores independientes representan un mayor porcentaje (45%); además, se puede observar que el porcentaje de obreros asciende hasta el 10% en los estratos D1 y D2.

Gráfico 5. Distribución de actividades laborales (N=1.680)
Pregunta 1.13



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

2.2 Características de los informantes

Para los objetivos del estudio, se seleccionó a un miembro del hogar de manera aleatoria. Esta persona, llamada informante de ahora en adelante, brindó la información de uso y percepciones de TIC. En esta subsección, presentamos sus características socio-demográficas.¹⁵

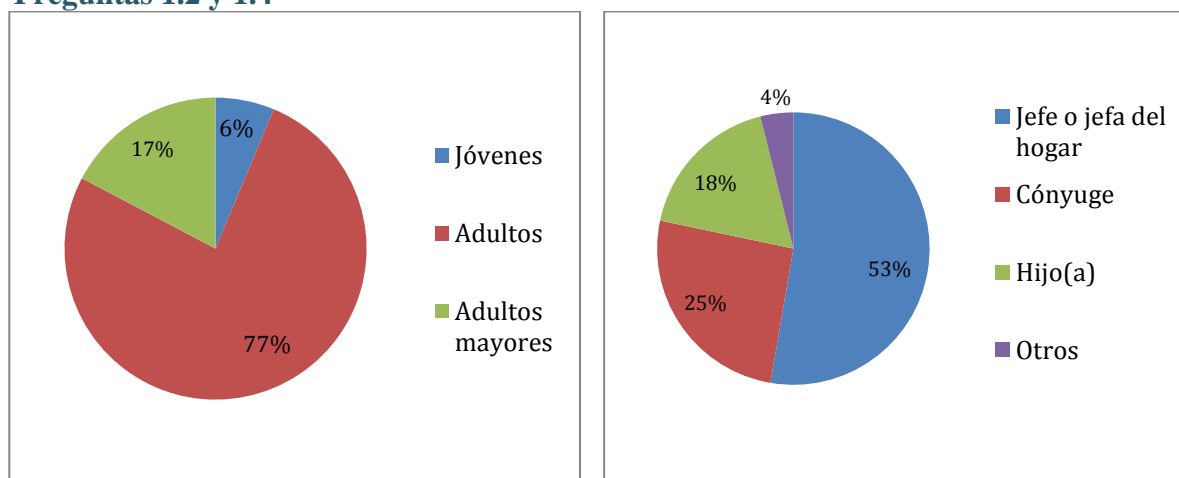
Como se ve en el Gráfico 6, la mayor proporción de esta parte de la muestra está compuesta por adultos (77%), luego por adultos mayores (17%) y sólo un 6% de jóvenes. Además, esta característica corresponde a que cerca de la mitad de esta parte de la muestra sea jefe de hogar (53%), un cuarto cónyuge del jefe (26%), un 18% es hijo o hija del mismo y a que la media de las edades sea aproximadamente 41 años.

¹⁴ En este punto, solamente las personas mayores a 13 años responden las preguntas relacionadas al estado civil y a la ocupación principal; por consiguiente, la muestra se reduce de 3651 a 2857 observaciones.

¹⁵ Se eligió a la persona que tuviera la fecha de cumplir años más próxima dentro del hogar.

Gráfico 6. Distribución de los informantes entre los grupos etarios y su rol en el hogar (N=1.149)

Preguntas 1.2 y 1.4



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Por otro lado, como muestra la Tabla 4, se tiene que los informantes, en su mayoría, son mujeres de secundaria completa, por lo general solteras, cuya actividad principal es trabajar como empleadas, aunque un 31% de todo este grupo trabaja como independiente.

Tabla 4. Características de los informantes (N=1.149)

	Categoría	Porcentaje
Sexo	Mujer	60%
Estado Civil	Soltera	29%
Nivel educativo	Secundaria completa	27%
¿Estudia este año?	No	83%
Actividad principal	Trabajo	61%
Tipo de trabajo*	Empleada	54%
Tiene celular	Sí, propio	84%
Edad promedio	41,24 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (752).

Fuente: Elaboración propia (Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014).
Elaboración propia.

Asimismo, se encontró que, según perfiles sociodemográficos, los individuos se distribuyen de la siguiente manera:

Tabla 5. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=1.149)

Perfiles Sociodemográfico	Obs.	Porc.
Según categoría ocupacional	1.149	100%
Empleado	405	35%
Obrero	34	3%
Trabajador independiente	254	22%
Trabajador por comisión	1	0%
Trabajador del hogar	41	4%
TFNR	3	0%
Patrón o empleador	7	1%
Estudiante	81	7%
Buscó trabajo	11	1%
Quehaceres del hogar	119	10%
Jubilado	106	9%
Incapacitado	1	0%
Desocupado	86	8%
Según relación con el jefe del hogar	1.149	100%
Jefe(a) del hogar	606	53%
Cónyuge	294	26%
Hijo(a)	204	18%
Padre o madre	4	0%
Hermano(a)	12	1%
Cuñado(a)	1	0%
Yerno o nuera	8	1%
Nieto(a)	16	1%
Sobrino(a)	1	0%
Primo(a)	2	0%
Suegro(a)	1	0%
Según grupo etario	1.149	100%
Jóvenes (12 a 18 años)	72	6%
Adultos (19 a 59 años)	878	76%
Adultos mayores (más de 60)	199	17%

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración Propia

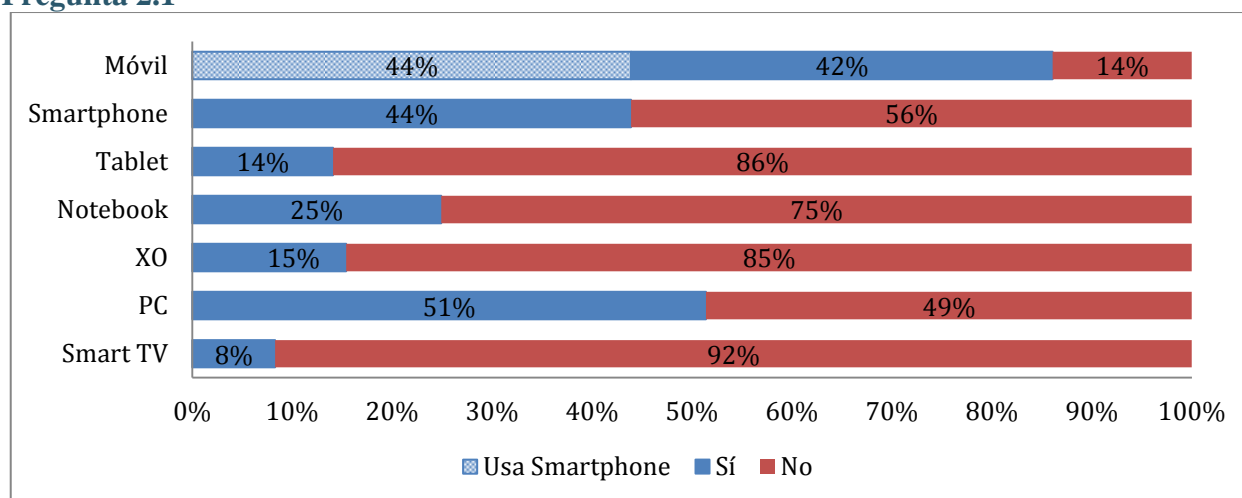
3. PATRONES DE ACCESO¹⁶

La presente sección describe las características de la población en relación al acceso que tiene a dispositivos tecnológicos.

Como fue explicado en la introducción, agrupamos los dispositivos en tres categorías: (A) teléfonos móviles o Smartphone; (B) Tablet, Notebook, XO o PC; y (C) Smart TVs y similares.

Como se aprecia en el Gráfico 7, el 43,9% de los encuestados hace uso de por lo menos un Smartphone y el 42,2% de teléfonos móviles simples, es decir, más del 85% accede a un teléfono celular;¹⁷ se observa además que el dispositivo al cual los individuos tienen mayor acceso es la PC (51,4%) y que la manera más frecuente (88%) de conseguirla es comprarla nueva. A su vez, la notebook (24,9%), la Tablet (14,1%), las computadoras XO (15,4%) y la Smart TV (8,3%) son los siguientes dispositivos más usados y la manera más frecuente de conseguir cada uno de estos dispositivos es comprarlo nuevo, salvo un 39% que recibió de regalo una XO.

Gráfico 7. Acceso a dispositivos tecnológicos (N=1.149)
Pregunta 2.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

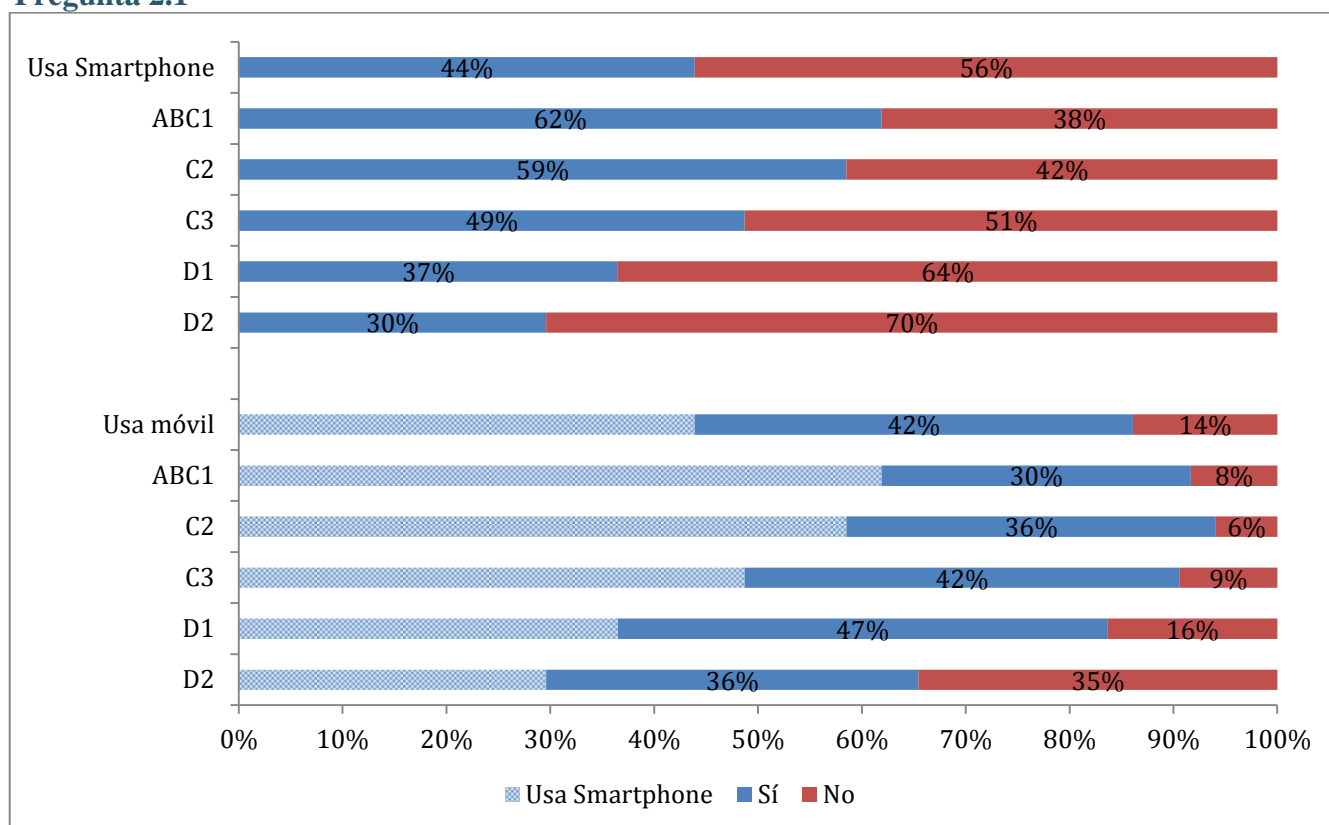
Elaboración propia.

En relación a los teléfonos celulares, como se aprecia en el siguiente gráfico, el uso de Smartphones es más intensivo en los estratos más altos y va disminuyendo hasta el 30% en el estrato D2; además se encuentra que el uso de teléfonos móviles simples es más alto en el estrato D1 y oscila alrededor del 40% en cada estrato.

¹⁶ En esta sección se muestra información sobre el uso de dispositivos tecnológicos; por consiguiente, el número de observaciones utilizadas para cada uno de los resultados depende de si el individuo usó o no cada dispositivo. Es así que 504 dijeron que sí usan Smartphones, 485 que sí usan móviles, 162 tablets, 286 notebooks, 177 XO, 591 PCs y 95 Smart TVs.

¹⁷ En la encuesta, se preguntó en primer lugar por la tenencia de Smartphone, y en caso de obtener una respuesta negativa, se preguntó por la tenencia de teléfono móvil simple.

Gráfico 8. Uso de teléfonos celulares por estratos (N=1.149)
Pregunta 2.1



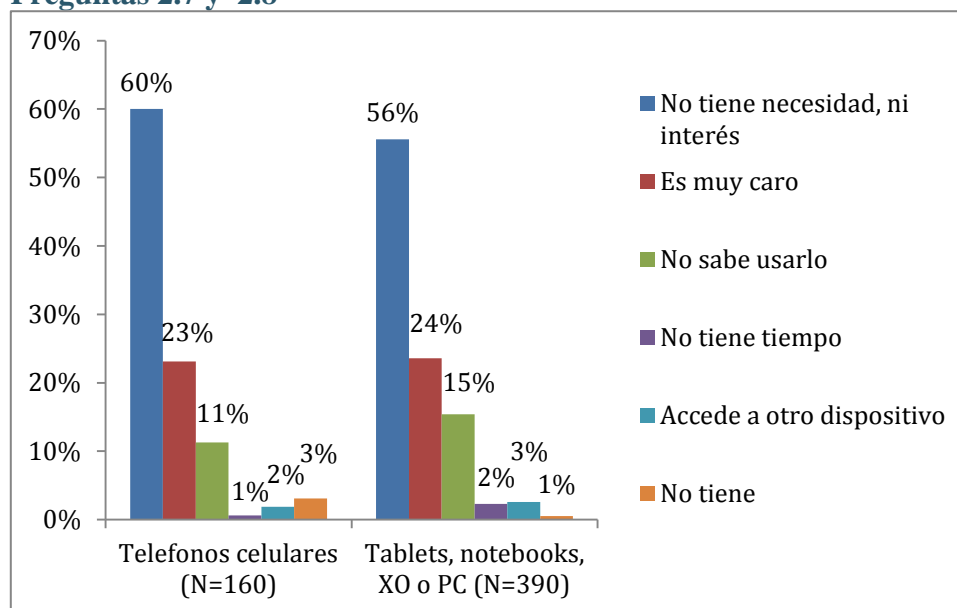
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Por otro lado, se encuentra que el uso de Tablet está alrededor del 20% en los estratos A, B y C, pero disminuye a menos del 10% en el D; la forma más usual de adquirir este dispositivo es comprarlo nuevo. Con respecto a las notebook, se aprecia que cerca del 50% de usuarios en el estrato ABC1 y C2 usan este dispositivo, mientras que este porcentaje cae en 10 puntos porcentuales en el estrato C2, 35 en el D1 y 40 en el D2. De manera similar, se observa que en los estratos más altos el uso de la XO es más frecuente (19% en el ABC1 y 24% en el C2) y se va reduciendo progresivamente hasta un 10% en el D2; también se encuentra que la manera más usual de adquirir este dispositivo es comprarlo nuevo en todos los estratos, a excepción del D2 donde la mayoría (75%) la recibe de regalo. Finalmente, se tiene una diferencia importante en el uso de PC, ya que en el estrato ABC1 se observa 75% de usuarios, 60% en el C3 y 27% en el D2; no obstante, este es el dispositivo más usado en todos los estratos, a excepción del estrato D2 donde el dispositivo más usado es el Smartphone.

En relación al acceso a Internet, se encontró que el dispositivo más usado por los informantes es la PC en el 49% de casos, seguida muy de cerca por el Smartphone (40%) y la notebook (24%). Según estratos socioeconómicos, se encontró que el acceso a Internet desde la PC es de 72% en el nivel ABC1 y se va reduciendo hasta caer al 25% en el D2; se puede observar el mismo patrón en el acceso a Internet desde los otros dispositivos pero con diferencias menores.

Por otro lado, como se aprecia en el Gráfico 9, las principales razones para no usar Smartphones o teléfonos móviles son la falta de interés o necesidad (60%) y el costo (23%); de manera similar, la falta de necesidad o interés es el principal motivo (56%) por el cual los encuestados no usan Tablet, notebook, XO, o PC. Según nivel socioeconómico, se encontró que no tener necesidad o interés es la principal causa para no usar un dispositivo tipo B en todos los estratos; no obstante, un 10% del D1 y un 25% del D2 no usan teléfonos celulares debido a que no saben hacerlo.

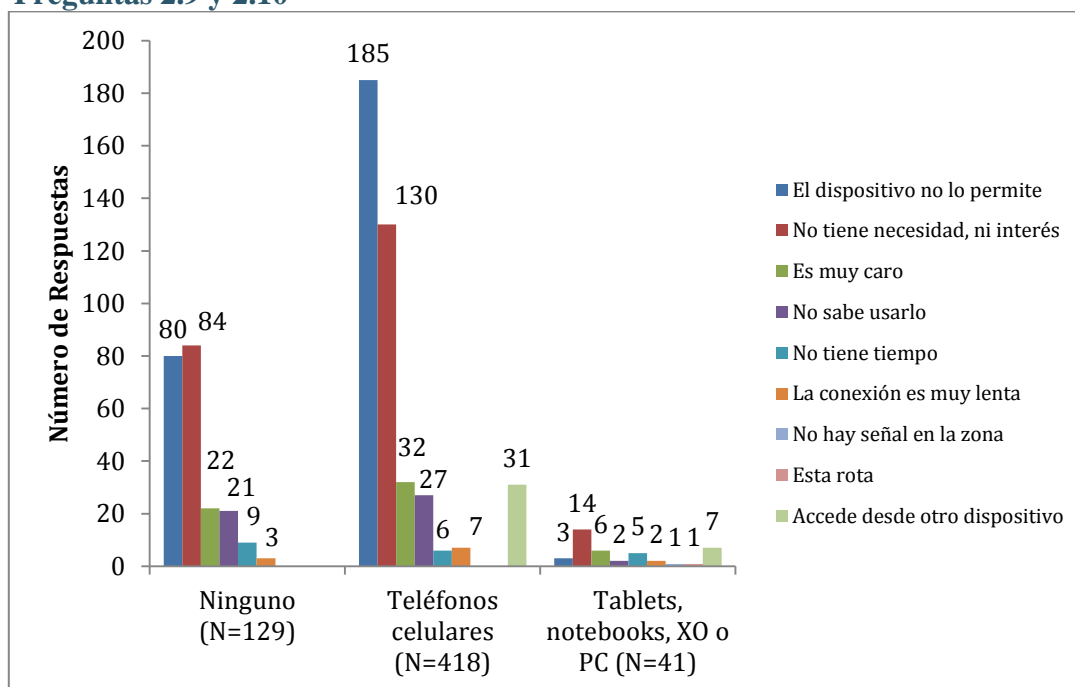
Gráfico 9. Motivos por los cuales no usa el dispositivo
Preguntas 2.7 y 2.8



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

De manera similar, se encontró que quienes no acceden a Internet desde ninguno de los dispositivos celulares lo justifican principalmente afirmando que el equipo no les permite hacerlo (44%), quedando la falta de interés o necesidad en segundo lugar (31%), mientras que quienes no acceden a Internet desde dispositivos como Tablet, notebook, XO o PC, lo justifican principalmente diciendo que no tienen interés o necesidad (34%) o que acceden a Internet a través de otros dispositivos (17%).

Gráfico 10. Motivos por los que los individuos no acceden a Internet desde alguno de los dispositivos
Preguntas 2.9 y 2.10



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Adicionalmente, de todos aquellos que usan algún dispositivo (teléfonos celulares o dispositivos tipo Tablet, XO, notebook o PC), un 21% no accede a Internet desde ninguno de éstos, y lo justifica principalmente afirmando que no tiene necesidad o interés (38%) o que el dispositivo no lo permite (37%).¹⁸

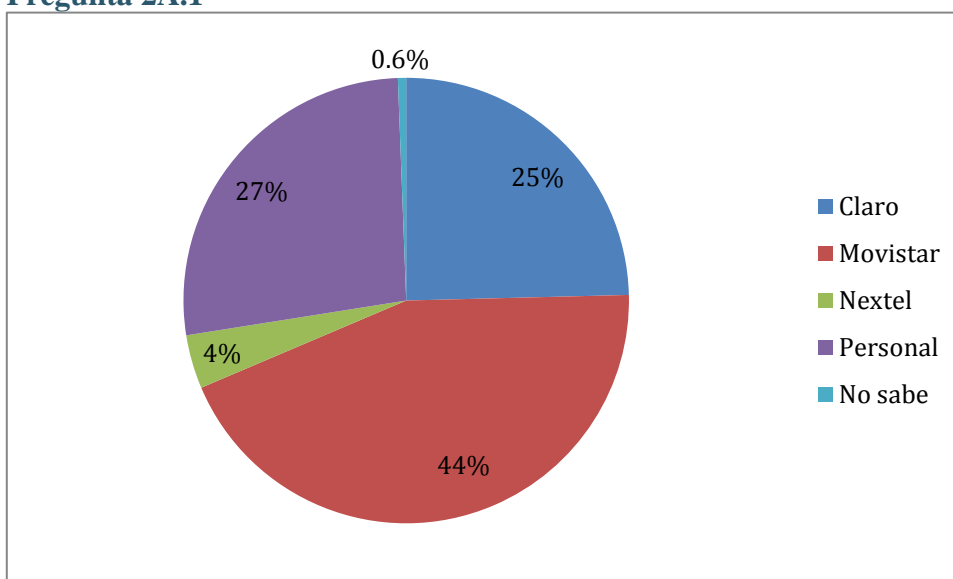
3.1 Informantes que usan móvil/Smartphone o BlackBerry

A continuación, se presentan características sobre los patrones de uso de dispositivos celulares; en primer lugar, como muestra el Gráfico 11, se encontró que la compañía con mayor participación de mercado en la muestra es Movistar, con el 44%, seguida por Personal, con un 27% y Claro con 25%;¹⁹ por estratos socioeconómicos, se tiene que Movistar sigue siendo la principal compañía, con 51% de participación en el estrato ABC1, 44% en el C2 y 47% en el C3, 41% en el D1 y 38% en el D2.

¹⁸ En total 1.041 de las 1.149 individuos informan que sí usan algún dispositivo. Se debe tomar en cuenta que hay casos en los cuales los usuarios sólo tienen un móvil o Smartphone y ningún dispositivo del segundo grupo; entonces, si este individuo no utiliza su teléfono celular para acceder a Internet pasará a formar parte del grupo que no accede a la red desde ningún dispositivo; esto explica que hayan más individuos que no se conectan desde ningún dispositivo que aquellos que no lo hacen desde los dispositivos tipo tablet, notebook, XO o PC.

¹⁹ En la encuesta 989 (86,07%) individuos dijeron que sí usan Smartphone o móvil.

Gráfico 11. Participación de mercado de red móvil (N=989)
Pregunta 2A.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Asimismo, se encontró que las modalidades de pago más usadas son aquella que no tiene factura y sólo usa recarga de crédito (36%) y la facturación con un límite de consumo (35%); por estratos, se observa que las modalidades de pago más usada es la facturación si necesidad de recarga en el nivel ABC1 (42%), la facturación con límite de consumo en el C2 (47%) y C3 (35%) y los planes pre-pago en el D1 (45%) y D2 (49%).

Por otro lado, se puede ver que más del 95% de los individuos que tiene un celular lo usa para hacer y recibir llamadas, y más del 90% para enviar y recibir mensajes de texto; además, se encontró que el 60% lo usa para tomar fotos, y cerca de la mitad para navegar en Internet, acceder a redes sociales y escuchar música. Al mismo tiempo, se puede observar que del total de encuestados, solamente el 3,9% utiliza el teléfono celular para todos los fines (las 16 alternativas que aparecen en la Tabla 6), mientras que un 2,8% lo usa sólo para hacer y recibir llamadas. Cada hogar hace 8 diferentes usos, siendo 8,3 la media; según nivel socioeconómico, el estrato ABC1 hace 10 usos diferentes (9 la media), el nivel C2 hace 10 usos (9,5 la media), el nivel C3 hace 9 usos (8,7 la media), el nivel D1 hace 7 usos (7,8 la media) y el estrato D2 hace 6 usos (6,8 la media), como ilustra la siguiente tabla:

Tabla 6. Funciones del móvil o Smartphone que son usadas por más del 50% de los informantes, por estratos (N=989)

Pregunta 2A.3

	Buenos Aires	ABC1	C2	C3	D1	D2
Hacer llamadas	●	●	●	●	●	●
Recibir llamadas	●	●	●	●	●	●
Enviar SMS	●	●	●	●	●	●
Recibir SMS	●	●	●	●	●	●
Navegar en Internet	●	●	●	●	47%	40%
Redes sociales	●	●	●	●	46%	43%
Chat	48%	●	●	50%	42%	26%
Correo	38%	●	●	46%	28%	17%
Ver o descargar videos (YouTube)	30%	42%	37%	33%	25%	26%
Sacar fotos	●	●	●	●	●	●
Hacer videos (grabar)	37%	37%	46%	45%	39%	32%
Escuchar música	50%	●	●	61%	49%	48%
Descargar música	27%	27%	25%	32%	30%	23%
Juegos en línea	20%	20%	17%	27%	21%	18%
Juegos sin Internet	23%	23%	22%	28%	25%	21%
Transacciones bancarias	8%	8%	16%	19%	8%	3%

● La función es usada por más del 90% de encuestados.

● La función es usada por más del 60% de encuestados.

● La función es usada por más del 50% de encuestados.

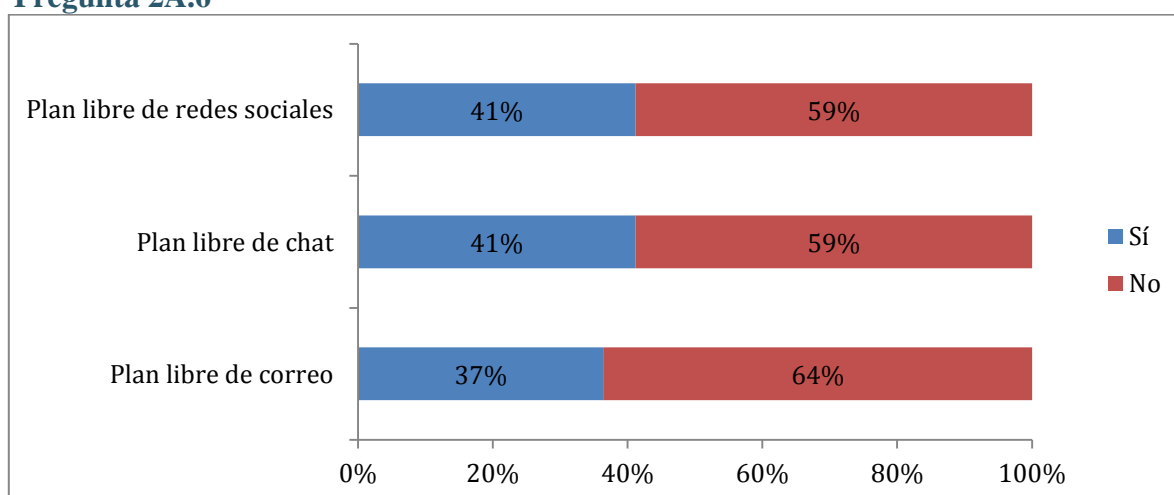
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

De manera similar, el 66,5% de los individuos hace usos que implican conexión a Internet o el uso de aplicaciones multimedia (N=658); además, sólo el 5,3% hace un único uso del celular que implique conexión a Internet o el uso de aplicaciones multimedia, mientras que sacar fotos es el uso más frecuente (60%) en el grupo. Se encontró que este tipo de usos se da mayoritariamente para la comunicación con familiares dentro del país (85%) y con amigos (81%).

Otra característica importante es que el 82% de los encuestados sabe que tiene límites para utilizar datos (92% en el ABC1, cerca al 80% en el C1, C2 y D1 y 76% en el D2) y, como se muestra en el Gráfico 12, el 41% sabe que su plan le permite acceso ilimitado a redes sociales, otro 41% a chat y un 37% a correo electrónico; sin embargo, existe un 25% que no sabe si su plan de datos tiene límites. Por niveles socioeconómicos, se observa que cerca de la mitad de los individuos tiene un plan de datos que le permite libre acceso a redes sociales, chat y correo en el estrato ABC1 y ese porcentaje se va reduciendo hasta aproximadamente el 20% en el estrato D2.

Gráfico 12. Información sobre acceso ilimitado (N=658)
Pregunta 2A.6



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Finalmente, cerca de un tercio de los informantes califica su conexión como aceptable (37%) y un 24% como buena; además, un 37% considera que no es ni barata ni cara y un 33% la considera cara.

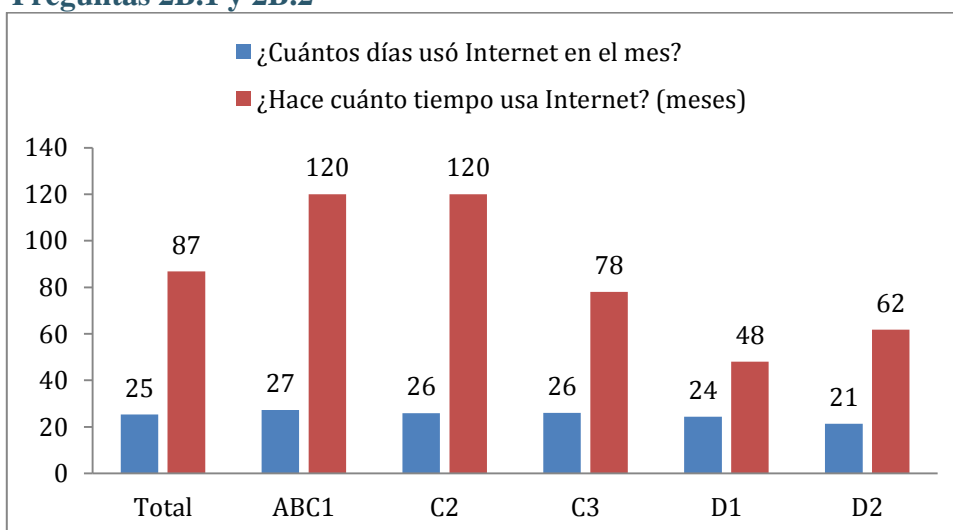
3.2 Informantes que usan Internet en Tablet, notebook, XO o PC

En relación a las características sobre los patrones de uso de Internet, se encontró que entre quienes utilizaron por lo menos uno de los dispositivos del bloque B para conectarse a la red, la frecuencia promedio de uso, medido en días, es de 25,35, siendo la mediana de 30; según estratos socioeconómicos, se tiene que el número promedio de días es 27,2 en el nivel ABC1 (30 la mediana), 25,9 días en el C2 (30 la mediana), 26 en el C3 (30 la mediana), 24,4 en el D1 (30 la mediana) y 21,3 en el D2.

Asimismo, los informantes utilizan Internet desde hace 87 meses en promedio (72 meses la mediana), 140 meses en el estrato ABC1 (120 meses la mediana), 114 meses los del estrato C2 (120 meses la mediana), 85 meses los del C3 (78 meses la mediana), 62 meses los del D1 (48 meses la mediana) y 62 meses los del D2 (60 meses la mediana).²⁰

²⁰ En la encuesta se tienen 719 individuos que dijeron que sí usan uno de los dispositivos del bloque B (Tablet, notebook, XO o PC) para conectarse a Internet.

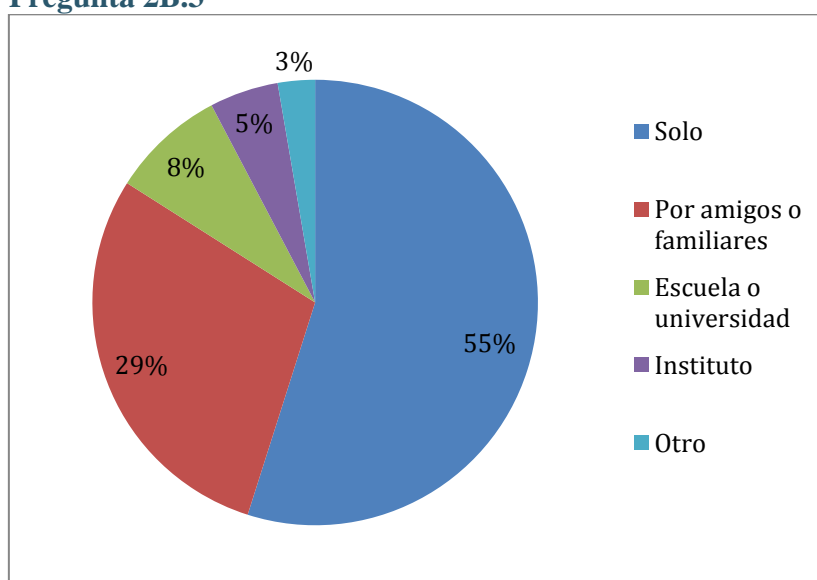
Gráfico 13. Intensidad y antigüedad promedio en el uso de Internet (N=719)
Preguntas 2B.1 y 2B.2



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Por otro lado, como se puede observar en el Gráfico 14, en promedio la mayoría aprendió a usar Internet solo (55%) o con amigos y familiares (29%); a su vez, se tiene que la mayor parte accede desde su casa (94%) o desde la casa de un amigo o familiar (44%).

Gráfico 14. ¿Cómo aprendió a usar Internet? (N=719)
Pregunta 2B.3



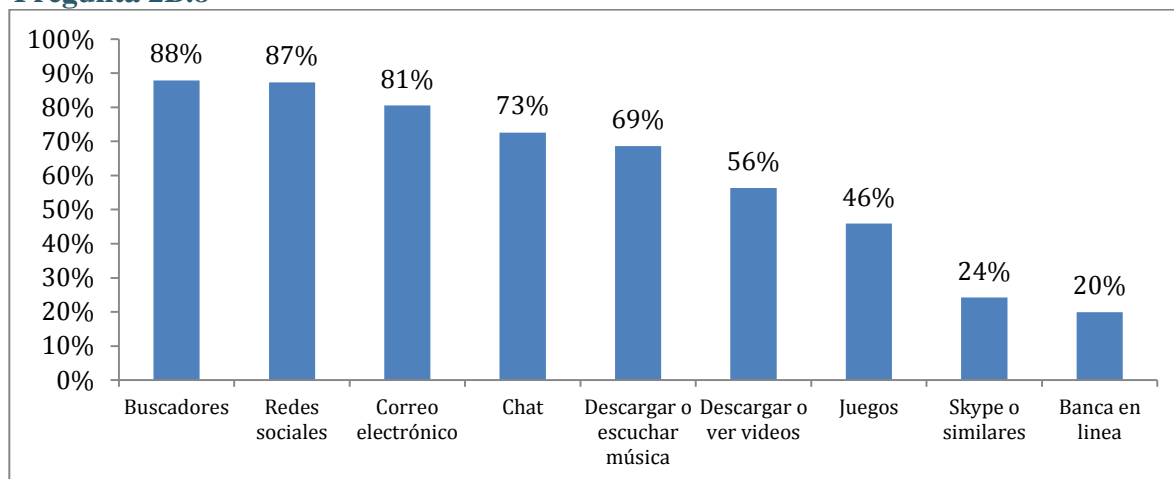
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

En relación a los usos que los individuos hacen de Internet, como muestra el Gráfico 15, se encontró que se utiliza principalmente para acceder a buscadores (88%), redes sociales (87%), usar correo electrónico (81%), usar chat (73%) y descargar o escuchar música (69%), mientras que algunos pocos lo usan para acceder a banca en línea (20%).

El porcentaje de informantes que usa la red para un único fin es 3,5%, mientras que otro 4% lo usa para una multiplicidad,²¹ y el uso más frecuente es el de buscadores.

Gráfico 15. Usos de Internet (N=719)

Pregunta 2B.8

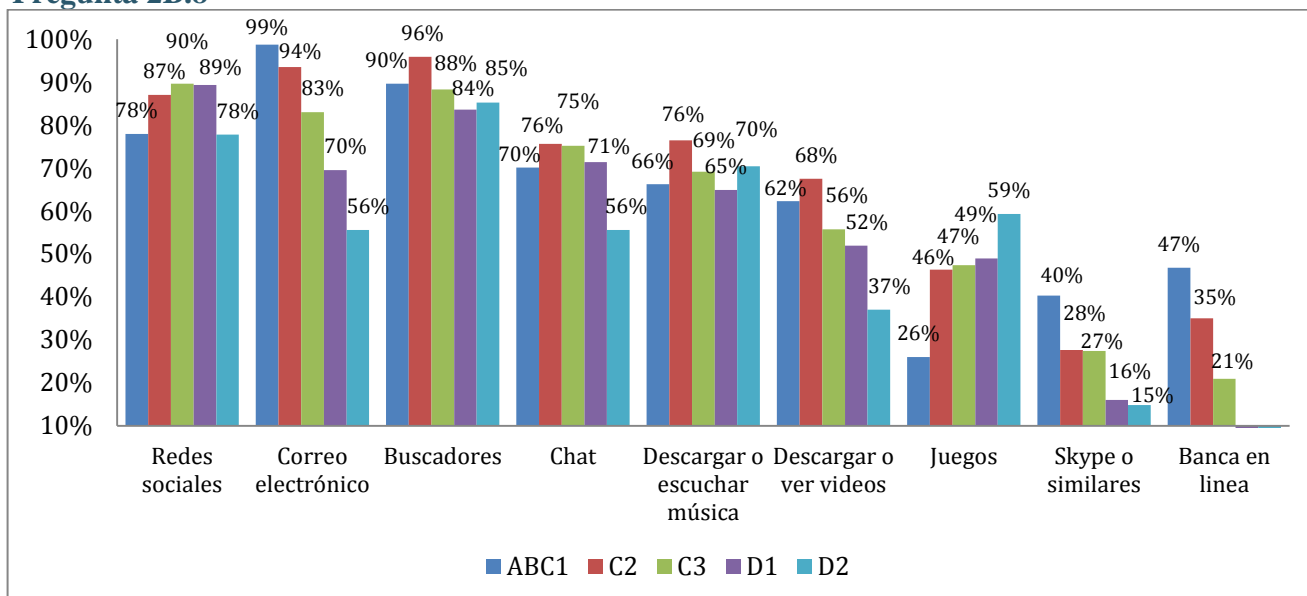


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Según niveles socioeconómicos, como se puede apreciar en el siguiente gráfico, se encuentran patrones variados según cada uso; los estratos más altos hacen un uso más intensivo de Internet para acceder al correo electrónico, al chat, descargar videos, banca en línea y softwares como Skype, mientras que los estratos más bajos usan de manera más intensiva la red para jugar.

Gráfico 16. Usos de Internet por nivel socioeconómico (N=719)

Pregunta 2B.8



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

²¹ Se define que una persona hace una multiplicidad de usos cuando utiliza correo electrónico, redes sociales, chat, Skype, juegos, descarga música y videos, banca en línea y buscadores, es decir, respondió afirmativamente a todas las opciones de la encuesta.

En cuanto a quienes acceden a Internet desde casa, se puede ver que este grupo califica mayoritariamente su conexión como aceptable (40%) o buena (39%) y que un poco menos de la mitad (42%) considera que su conexión no es cara ni barata. Según estratos socioeconómicos, el patrón es relativamente el mismo, con mejores resultados en los niveles más altos. En esta misma línea, quienes acceden a Internet en casa suelen ser jefas de hogar, solteras, con secundaria completa, cuya actividad principal es trabajar; como se puede apreciar en la Tabla 7, la mayoría de veces son trabajadoras empleadas, aunque un 32% de este grupo son trabajadores independientes.

Tabla 7. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde casa (N=672)

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefa del hogar	47%
Sexo	Mujer	61%
Estado Civil	Soltera	34%
Nivel educativo	Secundaria completa	30%
¿Estudia este año?	No	78%
Actividad principal	Trabajo	66%
Tipo de trabajo*	Empleada	59%
Tiene celular	Sí, propio	93%
Edad promedio	37,96 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (471)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014

Elaboración propia.

A la par, se observa que quienes acceden a Internet desde una cabina pública o un cibercafé consideran que este servicio no es caro ni barato en el 46% de casos, y que es caro en el 22%; según nivel socioeconómico, se encontró que 1 de 5 usuarios del estrato D considera que el servicio es muy barato, mientras que 2 de 3 usuarios del estrato ABC1 y 4 de 12 del C2 lo consideran caro. Al mismo tiempo, se encontró que quienes acceden a Internet desde estos espacios son, en la mayoría de casos, hijos del jefe de hogar, solteros, de secundaria incompleta cuya actividad principal es trabajar, como se puede ver en la Tabla 8; la mayor cantidad de veces son empleados, aunque un 33% de los individuos de este grupo son trabajadores independientes.

Tabla 8. Perfil sociodemográfico de los individuos que acceden a Internet desde una cabina pública (N=59)

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hijo	41%
Sexo	Varón	58%
Estado Civil	Soltero	58%
Nivel educativo	Secundaria incompleta	37%
¿Estudia este año?	No	70%
Actividad principal	Trabajo	65%
Tipo de trabajo*	Empleado	65%
Tiene celular	Sí, propio	86%
Edad promedio	29,22 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (40)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Se encuentra también que quienes acceden a Internet por cualquiera de los dispositivos del bloque B, están conectados en promedio entre una y dos horas diarias (44%); por estratos, se encuentra que este patrón es relativamente el mismo en todos los estratos. Asimismo, frente a problemas al momento de usar Internet, un 31% de los encuestados no busca ayuda y los resuelve por sí mismo, mientras que la persona más recurrida frente a estas dudas suele ser un familiar (44%).²²

Finalmente, se observa que quienes más recurren a soluciones en Internet o resuelven solos sus dudas representan el 44% de los usuarios de Internet en dispositivos del grupo B y, en la mayoría de casos, son hijas del jefe de hogar, solteras, de secundaria completa cuya actividad principal es trabajar, como se puede apreciar en la siguiente tabla; la mayor cantidad de veces son empleadas, aunque un 28% de los informantes son trabajadores independientes.

²² Los dispositivos del Bloque B son: tablet, notebook, XO y PC.

Tabla 9**Perfil sociodemográfico de los individuos que resuelven solos sus dudas (N=225)**

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefe del hogar	50%
Sexo	Mujer	52%
Estado Civil	Soltera	41%
Nivel educativo	Secundaria completa	26%
¿Estudia este año?	No	73%
Actividad principal	Trabajo	68%
Tipo de trabajo*	Empleado	67%
Tiene celular	Sí, propio	90%
Edad promedio	34,26 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (225)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

4. USO DE INTERNET DESDE CUALQUIER DISPOSITIVO

En esta sección, el foco está puesto en el uso de Internet, independientemente del dispositivo utilizado (con la excepción de Smart TV), lo que da un total de 822 informantes. En este sentido, se definen los siguientes perfiles sociodemográficos que servirán para complementar el análisis:

Tabla 10. Observaciones por perfiles sociodemográficos (N=822)

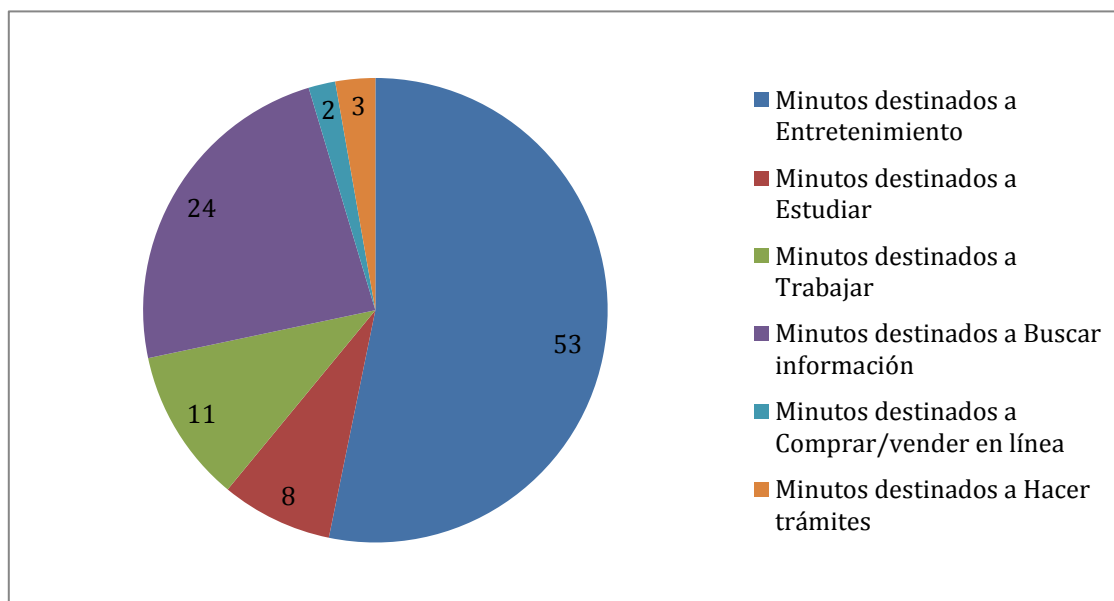
Perfiles Sociodemográfico	Obs.	Porc.
Según categoría ocupacional	822	100%
Empleado	330	40,1%
Obrero	20	2,4%
Trabajador independiente	179	21,8%
Trabajador del hogar	24	2,9%
TFNR	1	0,1%
Patrón o empleador	7	0,9%
Estudiante	76	9,2%
Buscó trabajo	9	1,1%
Quehaceres del hogar	76	9,2%
Jubilado	31	3,8%
Desocupado	69	8,4%
Según relación con el jefe del hogar	822	100%
Jefe(a) del hogar	397	48,3%
Cónyuge	205	24,9%
Hijo(a)	185	22,5%
Padre o madre	1	0,1%
Hermano(a)	9	1,1%
Cuñado(a)	1	0,1%
Yerno o nuera	8	1,0%
Nieto(a)	14	1,7%
Sobrino(a)	1	0,1%
Primo(a)	1	0,1%
Según grupo etario	822	100%
Jóvenes	69	8,4%
Adultos	681	82,8%
Adultos mayores	72	8,8%

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

En primer lugar, como se puede apreciar en el

Gráfico 17, de cada 100 minutos de conexión, en promedio, los encuestados dedican cerca de la mitad del tiempo a entretenimiento (53,2 minutos), alrededor de un cuarto (23,7 minutos) a buscar información, 11 minutos a trabajo o negocios y sólo 8 minutos a estudiar.

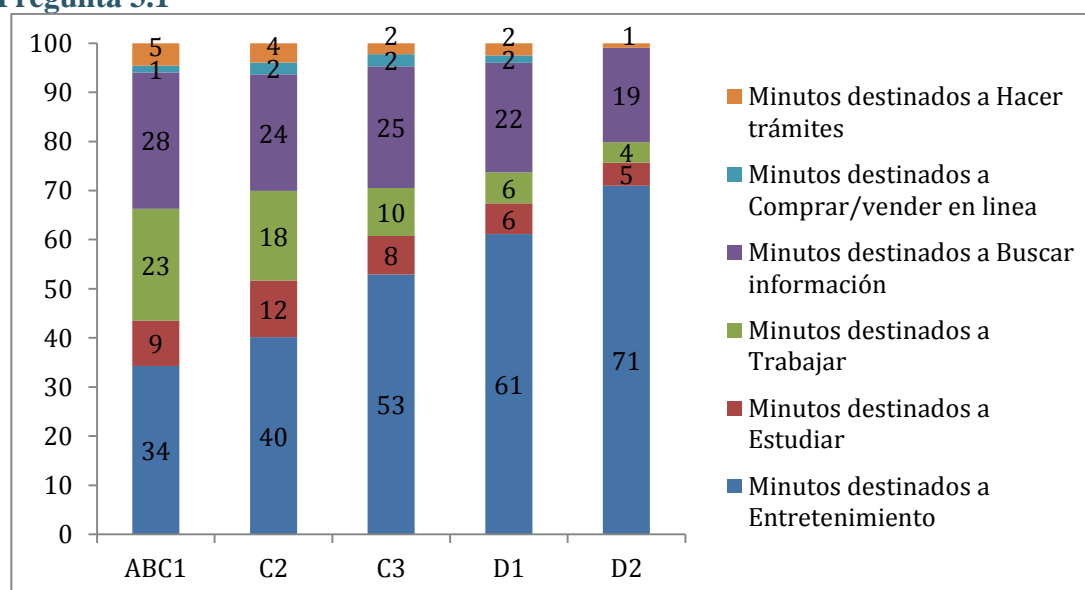
Gráfico 17. Tiempo destinado a usos de Internet (N=822)
Pregunta 3.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Por estratos, según el Gráfico 18, la cantidad de minutos destinados a entretenimiento es más alta en los estratos más bajos (71 minutos en el D2, frente a 34,3 minutos en el ABC1); asimismo, se observa el esquema inverso en el tiempo asignado a estudios y trabajo pero con cambios más suaves. También se observa que el tiempo destinado a buscar información es muy similar en todos los niveles.

Gráfico 18. Tiempo destinado a usos de Internet por nivel socioeconómico (N=822)
Pregunta 3.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

De acuerdo a la condición ocupacional, se tiene que de cada 100 minutos en Internet, los estudiantes dedican en promedio 23 minutos a estudiar y 56 minutos a entretenimiento, mientras que los trabajadores independientes y los empleados dedican cerca de 47 minutos a entretenerse y alrededor de 24 minutos a buscar información. Según la relación que los individuos mantienen con el jefe del hogar, se encontró que los hijos destinan sólo alrededor de 14 minutos a estudiar, 7 los cónyuges y 5 los jefes de hogar; a su vez, se ve que los tres grupos destinan aproximadamente 50 minutos a entretenimiento y 20 a buscar información, mientras que los jefes destinan un cuarto de hora para trabajar, el doble que los otros dos grupos. En cuanto a los grupos etarios, se tiene que todos los grupos destinan aproximadamente 50 minutos a entretenimiento; además, los jóvenes destinan 20 minutos a estudiar, 7 los adultos y solamente 5 los adultos mayores.

Además, se encontró que el 52% sabe que existen programas en Internet que puede modificar libremente, con un porcentaje mayor en el estrato C2 (72%) y en el ABC1 (62%), bajando mucho en el D2 (30%).

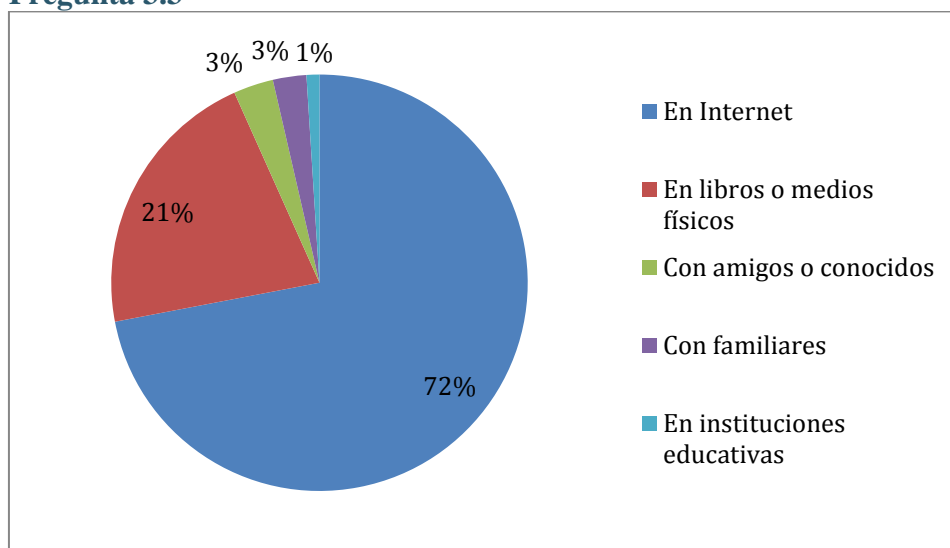
A su vez, en relación a la condición ocupacional, se tiene que el 64% de los empleados y el 45% trabajadores independientes saben de este tipo de programas, mientras que este grupo representa 60% dentro de los estudiantes. Según la relación que tienen los individuos con el jefe del hogar se encontró que el 49% de los jefes de hogar y el 50% de los cónyuges conocen estos programas; sin embargo, en el grupo de hijos se encuentra un mayor porcentaje (63%). Asimismo, se encontró que cerca de la mitad de los jóvenes (49%) y adultos (54%) de la muestra informa saber de los programas, frente a un 36% de los adultos mayores.

Como se mencionó al inicio de este documento, se ha prestado especial atención al tema de educación o estudios, trabajo o negocios y contacto con el gobierno, así, se muestra información correspondiente al uso de Internet en estas áreas a continuación.

Para actividades relacionadas a estudios o aprendizaje, como ilustra el Gráfico 19, la información mayoritariamente (72%) se obtiene en Internet, no obstante este porcentaje es menor en los estratos más altos, ya que un porcentaje mayor usa como referencia libros o medios físicos (30% del estrato ABC1); de igual modo, se puede ver que esta preferencia se mantiene en los estudiantes (87%) y, aunque en menor medida, en los empleados (73%) y trabajadores independientes (75%); al mismo tiempo, según la relación con el jefe del hogar, se encontró que los hijos son los que más usan la red para actividades relacionadas a estudios (81%), seguidos por los jefes del hogar (70%) y sus cónyuges (66%). De manera similar, por grupos etarios, se puede ver que los jóvenes (86%) y adultos (72%) usan Internet como la principal referencia y que el porcentaje de adultos mayores que usa la red para este fin es menor (53%).

Gráfico 19. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para estudios?
(N=508)

Pregunta 3.3



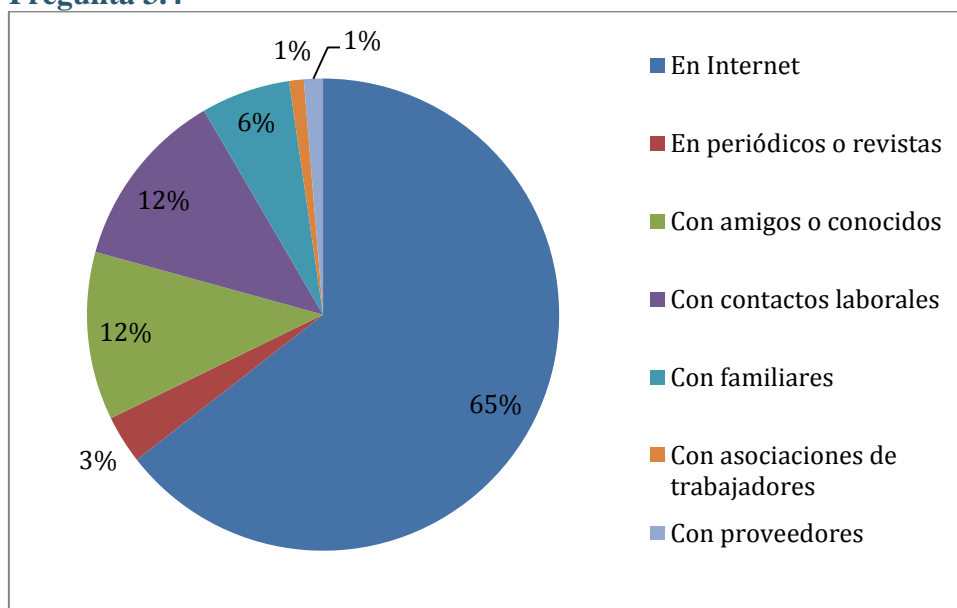
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Para actividades relacionadas a trabajo, negocios u oportunidades laborales, como muestra el Gráfico 20, la información mayoritariamente (64%) se obtiene en Internet, quedando los contactos laborales (12%) y amigos y conocidos (11%) en segundo y tercer lugar; por estratos socioeconómicos, se mantiene el esquema, pero con más intensidad en el estrato a ABC1 debido a una reducción en el porcentaje que se informa con amigos o conocidos.

A su vez, según la condición ocupacional, se tiene que el 68% de los empleados y un 67% de los trabajadores informales obtienen información laboral en la red, frente a un 52% de los estudiantes y la mitad de los trabajadores del hogar. De manera similar, se observa que Internet es la primera alternativa para este fin en el 65% de los jefes de hogar, en el 60% de los cónyuges y en el 70% de los hijos; al mismo tiempo, se encontró que ese patrón se mantiene entre adultos mayores (47%), los adultos (66%) y en la mitad de los jóvenes; no obstante, un 25% de este último grupo acude a sus familiares y un cuarto de los adultos mayores a amigos o conocidos.

Gráfico 20. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información para trabajo o negocios? (N=478)

Pregunta 3.4



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

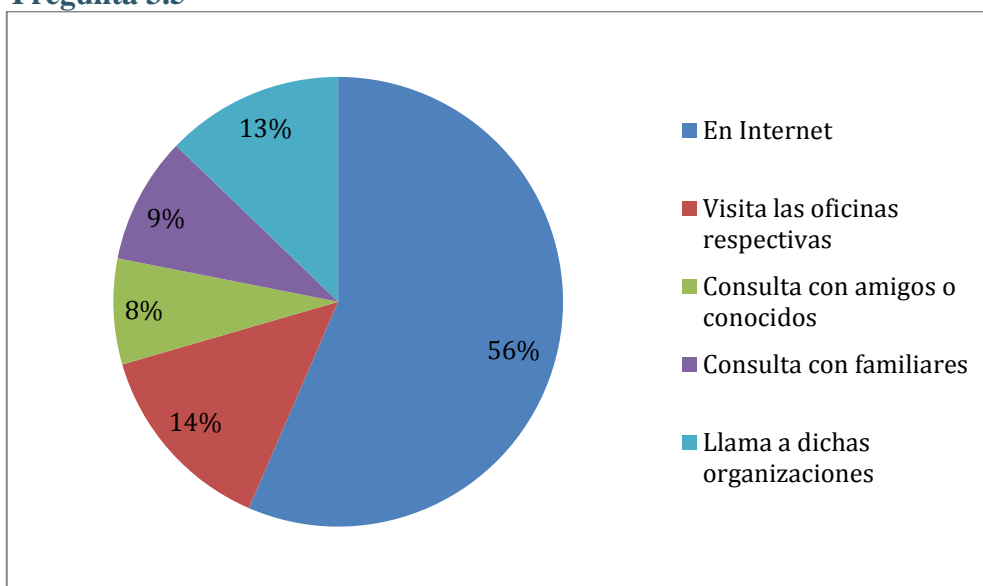
Asimismo, cuando se necesita información, contacto o hacer trámites con el Gobierno, nuevamente la información se obtiene mayoritariamente (57%) a través de Internet, o acercándose a las respectivas oficinas públicas (14%) y llamando a las organizaciones (12%); según nivel socioeconómico, se observa que Internet sigue siendo la primera opción, y también se encontró que un 26% prefiere llamar a la entidad pública en el estrato ABC1, el doble del porcentaje que toma esta opción en cualquiera de los otros estratos.

Por otra parte, por categoría ocupacional, se puede ver que el 59% de los estudiantes que necesita contactarse o informarse sobre el Gobierno prefiere hacerlo a través de Internet, al igual que el 60% de los empleados y el 53% de los trabajadores independientes con la misma necesidad; por otro lado, según la relación del individuo con el jefe del hogar, se tiene el 57% de los cónyuges, el 59% de los hijos y un 55% de las cabezas del hogar también prefieren esta alternativa; a su vez, sólo un 15% de cada grupo opta por acercarse a las oficinas públicas y un 16% de los jefes de hogar prefieren llamar a las oficinas. También se puede observar que alrededor del 50% de cada grupo etario usa la red para interactuar con el Gobierno, pero un 20% de los jóvenes que opta por consultar a sus familiares.²³

²³ Esta pregunta sólo aplica a 25 jóvenes y 53 adultos mayores.

Gráfico 21. ¿Dónde consulta primero cuando necesita información del Gobierno? (N=515)

Pregunta 3.5

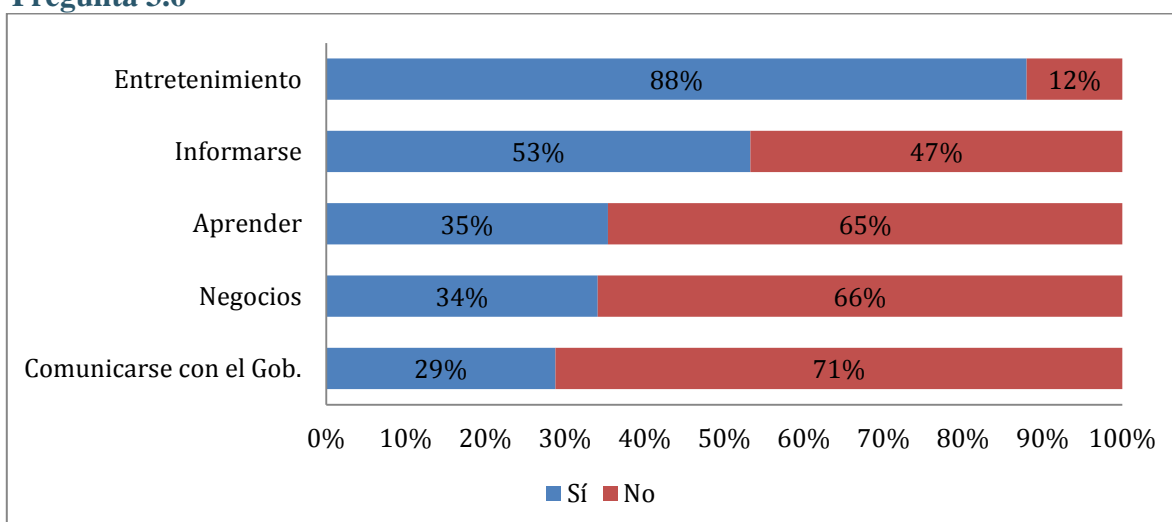


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

En relación a las principales finalidades que llevan a los encuestados a usar Internet, se encontró, como muestra el Gráfico 22, que la mayoría utiliza la red para actividades relacionadas a entretenimiento (88%), para mantenerse informado (53%), para actividades de aprendizaje (35%), de trabajo y negocios (34%) o para interactuar con el Gobierno (29%).

Gráfico 22. ¿Usa Internet para las siguientes actividades? (N=822)

Pregunta 3.6



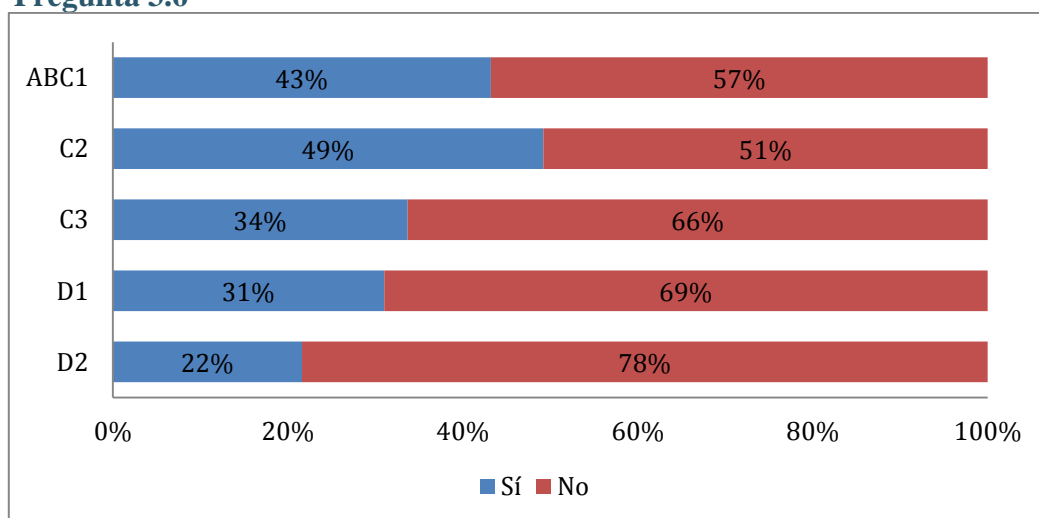
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

En relación a los informantes que acceden a Internet para aprender, como se muestra en el siguiente gráfico, éstos se encuentran, en la mayoría de casos, en los estratos más altos; así, se puede ver que accede el 43% nivel ABC1, el 49% en el C2, 34% en el C3, 31% en el D1 y 22% en el D2. Asimismo, se tiene que el grupo usa principalmente

Google y otros buscadores (84%), quedando Wikipedia como la segunda plataforma más usada (45%); a su vez, se encuentra que Google (83% en el ABC1, 84% en el C2, 81% en el C3, 87 % en el D1 y 75% en el D2) y Wikipedia (31% en el ABC1, 57% en el C2 y 52% en el C3, 36% en el D1 y 50% en el D2) son las dos principales plataformas usadas. Además, se tiene que el dispositivo desde el cual principalmente se accede a la red es la PC (49%), con cerca del 50% en todos los estratos. Al mismo tiempo, se tiene que el 91% de este grupo accede y/o descarga contenidos en línea, pero cerca del 95% nunca paga por este contenido, también se encontró que sólo la mitad del estrato D2 descarga estos contenidos.

Gráfico 23. Uso de Internet para aprender (N=822)

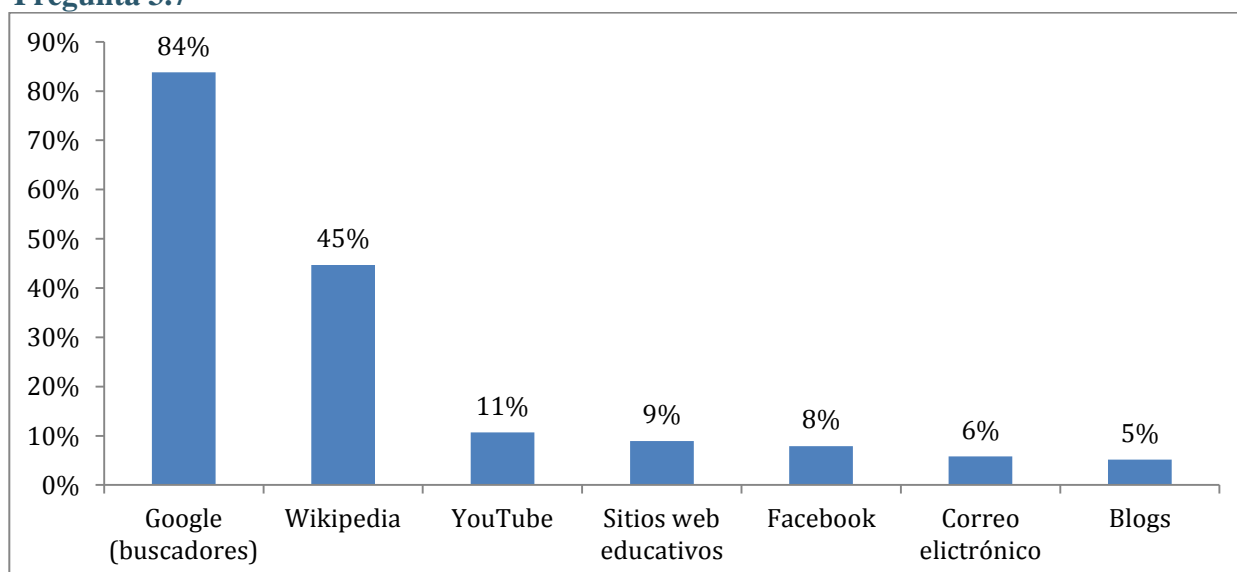
Pregunta 3.6



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Por otra parte, según la condición ocupacional, se puede ver que el 79% de los estudiantes, además de más del 80% de los trabajadores independientes y empleados, usan Google para aprender; al mismo tiempo, se encontró que Wikipedia se posiciona como la segunda opción en los tres grupos. En cada categoría, alrededor de la mitad informa que el dispositivo más usado es la PC; no obstante, se observa que para un 21% de los empleados y el 28% de los trabajadores independientes, la notebook se posiciona como la segunda opción, a diferencia del 21% de los estudiantes que usan las XO. En esta línea, se puede ver que cerca del 90% de todos los grupos descarga contenidos y casi ninguno (menos del 5%) paga por ellos.

Gráfico 24. Plataformas más usadas para aprender en Internet (N=291)
Pregunta 3.7



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

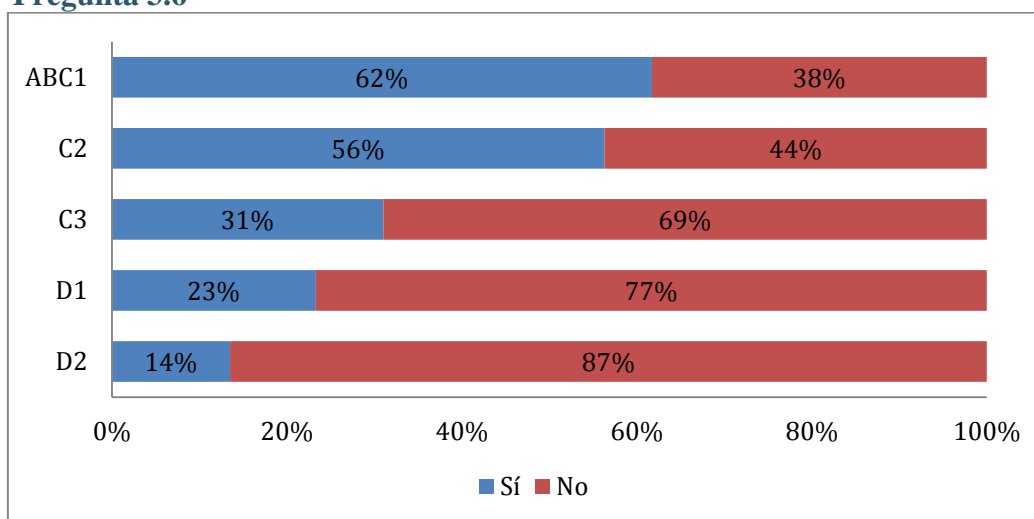
Elaboración propia.

Al observar la relación que los individuos tienen con el jefe de hogar, se encuentra que la mayor parte de los jefes (87%), cónyuges (81%) e hijos (82%) usa Google como la principal plataforma para realizar actividades de aprendizaje y Wikipedia como la siguiente opción; la PC también es el principal dispositivo usado por la mitad de cada una de las categorías, y la notebook se posiciona como el segundo dispositivo más usado por los jefes (21%) y cónyuges (16%), a diferencia de los hijos que optan por el Smartphone (18%) o las XO (18%) como segunda opción. También, se puede ver que la mayoría (cerca del 90%) descarga contenidos de la red y no suele pagar por éstos.

Además, según los grupos etarios, se encontró que Google sigue siendo la plataforma más usada en todos los grupos (78% jóvenes, 84% adultos y 93% adultos mayores) y que la PC es el dispositivo más usado para aprender (cerca de la mitad en cada categoría).

Por otro lado, quienes hacen uso de Internet para trabajar o para hacer negocios, como se muestra en el siguiente gráfico, éstos se encuentran principalmente en los estratos más altos. Así, se puede ver que este grupo representa el 62% de los encuestados del nivel ABC1 y se va reduciendo progresivamente hasta el 14% en el nivel D2; este acceso, como se observa en el Gráfico 26, es principalmente a través de Google y otros buscadores (78%), quedando el correo electrónico como la segunda herramienta más usada (29%); de igual forma, se encuentra que el patrón sigue siendo el mismo en todos los estratos a excepción del nivel D2, en el cuál 1 de los 5 encuestados usa Dropbox, y del nivel D1 donde Facebook es la segunda plataforma más usada (26%). Además, se tiene que el dispositivo desde el que principalmente se accede es la PC (51%), y que este patrón se mantiene en todos los estratos. También, se puede ver que 85% de este grupo accede y/o descarga contenidos en línea relacionados al trabajo, pero cerca de la totalidad (94%) nunca paga por este contenido.

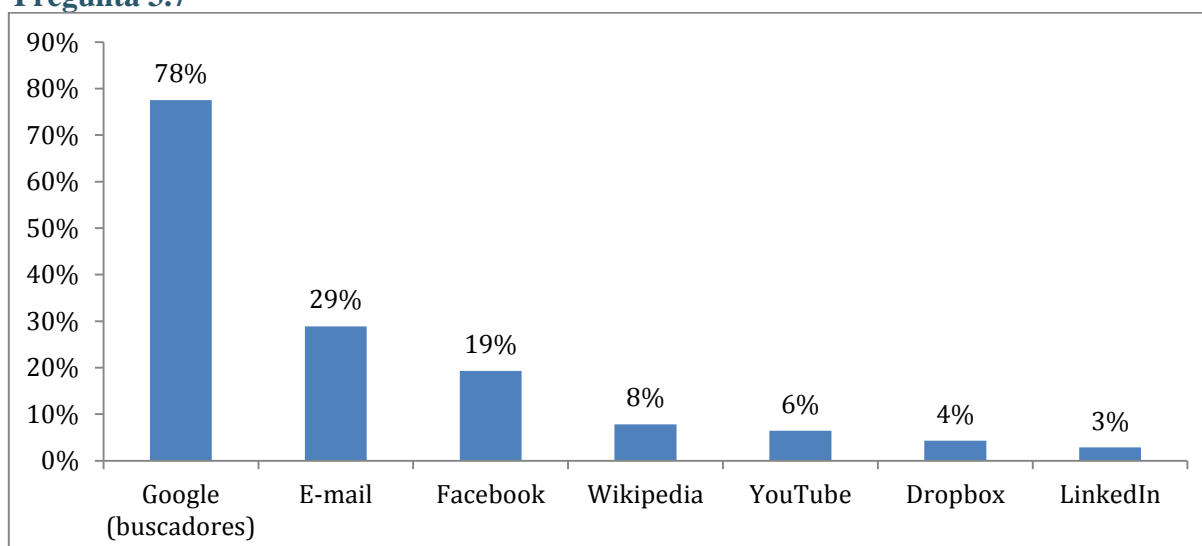
Gráfico 25. Uso de Internet para trabajo o negocios (N=822)
Pregunta 3.6



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

De igual modo, según la condición ocupacional de los encuestados, se puede ver que Google también es la plataforma más usada por empleados (78%) y trabajadores independientes (74%) para las actividades laborales, quedando el correo electrónico como la segunda más utilizada. Al mismo tiempo, se encontró que la PC es el dispositivo más usado por los empleados (57%) y trabajadores independientes (44%), mientras la notebook se posiciona como el segundo dispositivo más usado para este fin; asimismo, se observa que más del 80% de ambos grupos descarga contenidos por los cuales no suele pagar.

Gráfico 26. Plataformas más usadas para trabajar o hacer negocios en Internet (N=280)
Pregunta 3.7



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

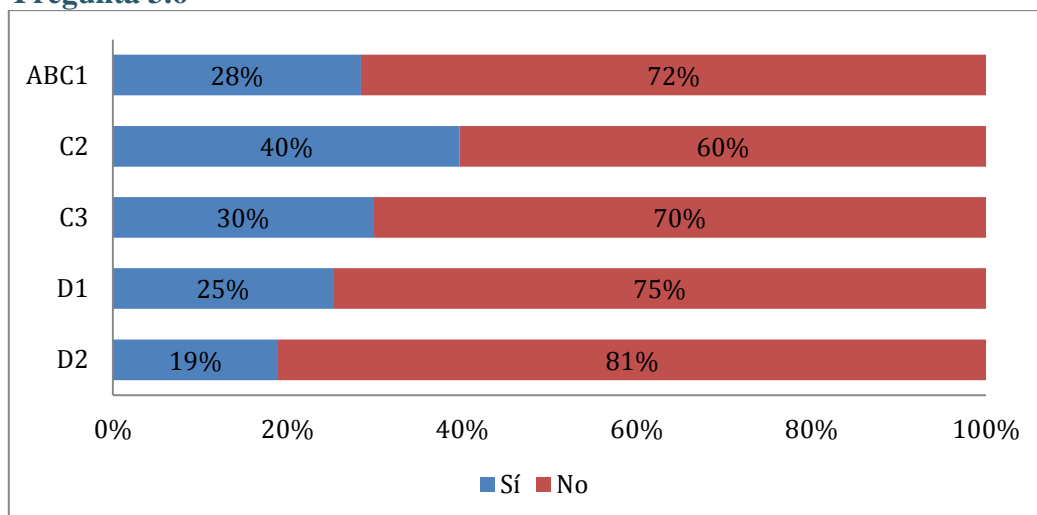
Al observar a los individuos según la relación que mantienen con el jefe del hogar, se tiene que Google es la plataforma más usada por jefes del hogar (79%), cónyuges (70%) e hijos (83%) para este fin, quedando el correo electrónico como la segunda opción más

usada en los tres grupos. Asimismo, se observa que la PC es el dispositivo más usado (alrededor del 50% en cada categoría), quedando la notebook como el segundo dispositivo más utilizado por los jefes de hogar (20%), cónyuges (28%) e hijos (24%).

De igual manera, según los grupos etarios, se encontró que Google sigue siendo la plataforma más usada en todos los grupos (78% adultos y 79% adultos mayores), quedando el correo electrónico en segundo lugar para los adultos y adultos mayores; a su vez, se tiene que cerca de la mitad de los jóvenes y adultos y un 75% de los adultos mayores usan la PC para este fin, mientras que la notebook es el segundo dispositivo más usado por adultos y adultos mayores para actividades laborales.

En cuanto a quienes usan Internet para comunicarse con el Gobierno, como se puede apreciar en el siguiente gráfico, se observa que menos de un tercio de cada estrato socioeconómico usa la red para este fin, a excepción del estrato C2, que tiene el porcentaje más alto (40%). Para esta actividad, como se muestra en el Gráfico 28, Google es la plataforma más usada para este fin (53%) y los sitios web oficiales los segundos (49%); así, en los estratos ABC1 y C2, los sitios web del Gobierno son las plataformas más usadas, a diferencia de los niveles más bajos en los cuales Google se posiciona como la principal plataforma. Asimismo, se tiene que la PC sigue siendo el principal dispositivo de acceso (52%), y que este patrón se mantiene por estratos; sin embargo, la notebook es el segundo dispositivo más usado en los estratos ABC1 y C2, mientras que en el estrato D es el Smartphone. Además, se puede observar que el 77% de aquellos que usan Internet para comunicarse con el Gobierno descarga contenidos de la red, pero los sectores más bajos descargan menos (43% en el D2, frente a un 91% en el ABC1).

Gráfico 27. Uso de Internet para comunicarse con el Gobierno (N=822)
Pregunta 3.6



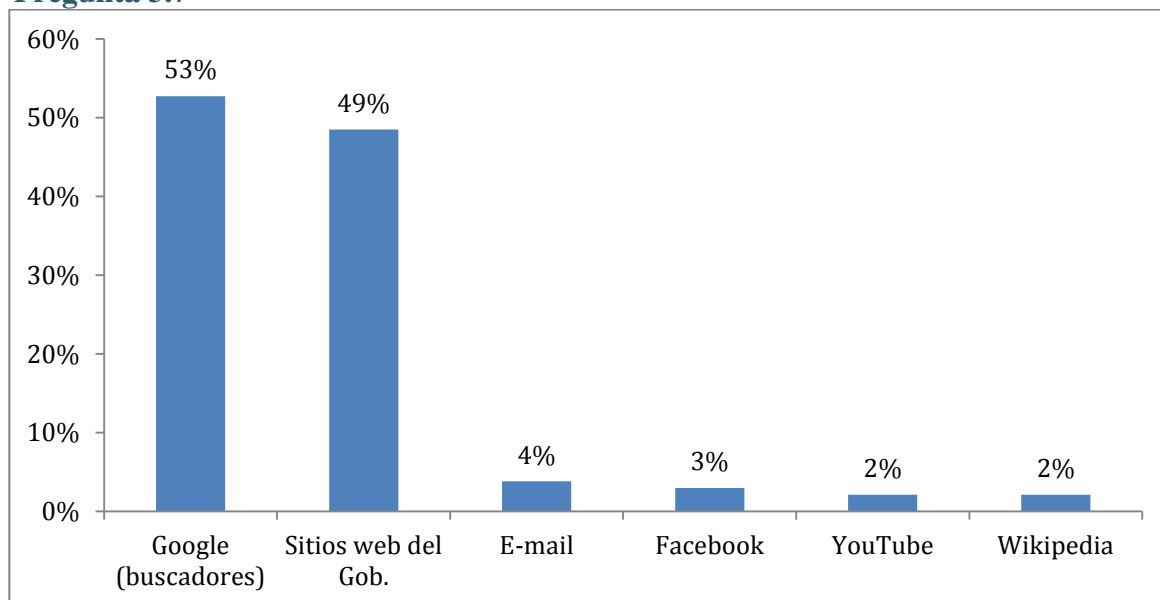
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

De manera similar, según la condición ocupacional de los individuos, se tiene que el 52% de los empleados usa Google para acceder a información del Gobierno, mientras

que el 56% de los trabajadores independientes y el 71% de los estudiantes²⁴ usan las páginas electrónicas del Gobierno. Asimismo, se observa que la PC continúa siendo el dispositivo más usado por cada categoría ocupacional y que la notebook es el segundo aparato más usado por los empleados (20%) y trabajadores independientes (23%). Se encontró también que cerca del 80% de cada grupo descarga contenidos de Internet.

Gráfico 28. Plataformas más usadas para interactuar con el Gob. en Internet (N=237)
Pregunta 3.7



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Al observar a los individuos según la relación que mantienen con el jefe del hogar, se tiene que Google es la plataforma más usada por jefes del hogar (54%), cónyuges (50%) e hijos (53%) para este fin, quedando los sitios web del Gobierno como la segunda opción más usada por todos los grupos; a su vez, la PC se mantiene como el principal dispositivo de acceso a información del Gobierno por cerca de la mitad de los encuestados de cada categoría, quedando el Smartphone como la segunda opción de los jefes del hogar (19%) y a notebook para los cónyuges (14%) e hijos (13%); en todos los grupos alrededor del 80% descarga contenidos de la red.

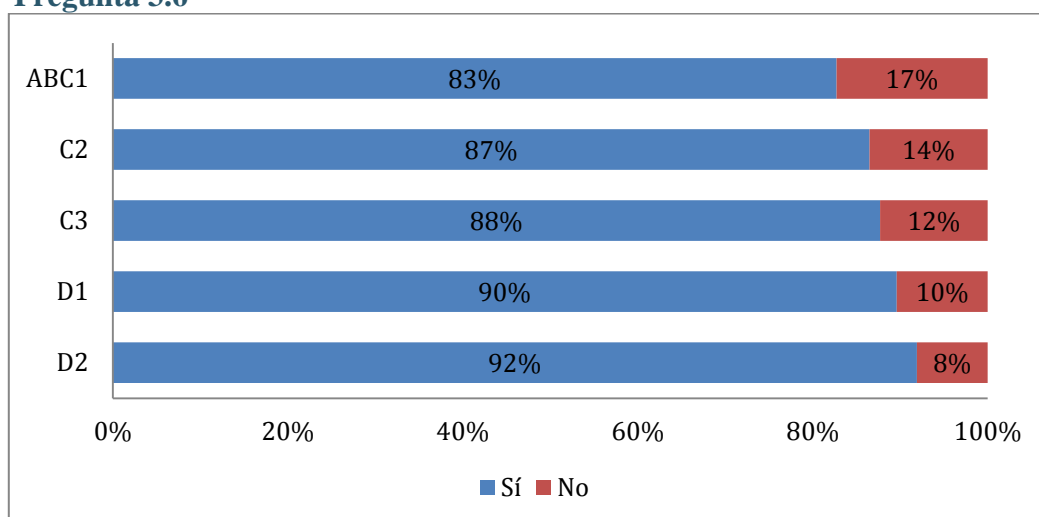
De igual manera, según los grupos etarios, se encontró que Google sólo es la plataforma más usada (54%) entre los adultos, ya que las páginas web del Gobierno son las más usadas por los jóvenes (56%) y adultos mayores (50%). Además, se tiene que la PC es el principal dispositivo de acceso para la mayoría de cada grupo etario, y la notebook la segunda para adultos (17%) y adultos mayores (19%), mientras que las XO son la segunda opción para los jóvenes (33%). A su vez, se puede ver que cerca del 75% de cada grupo descarga contenidos de la red.

Por otro lado, cuando se observa al grupo que accede a Internet con fines recreativos, se encuentra que el uso es más intensivo en los estratos más bajos. Así, se encontró que el

²⁴ Para esta sección sólo se cuenta con información de 7 estudiantes.

porcentaje de personas que no usan Internet para entretenimiento en el estrato ABC1 es el doble que en el D2. Asimismo, se tiene que YouTube (60%) y Google (41%) son las dos principales plataformas usadas para actividades de entretenimiento en Internet; sin embargo, un 42% de la muestra también usa Facebook para este fin, como vemos en el Gráfico 30. Al mismo tiempo, la mayoría de estos usuarios accede principalmente desde la PC (44%) o desde un Smartphone (29%), y este patrón se mantiene por estratos; sin embargo, también se observa que el segundo dispositivo más usado en los estratos ABC1 (30%) y C2 (23%) es la notebook. Además, se puede ver que la mayoría de los individuos de este grupo (87%) accede a contenidos en línea y que los estratos más bajos descargan menos contenidos que los más altos (62% en el D2, frente a 97% del ABC1), y que en general no pagan por éste.

Gráfico 29. Uso de Internet para entretenimiento (N=822)
Pregunta 3.6

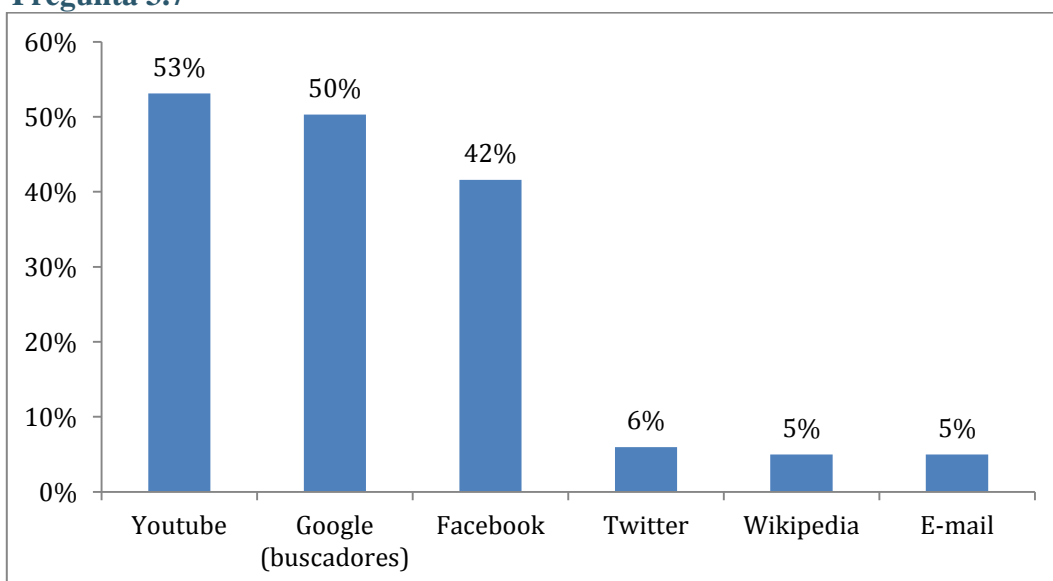


Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

De manera análoga, según la condición ocupacional de los individuos, se tiene que el 51% de los empleados, el 67% de los obreros, el 56% de los trabajadores independientes y el 65% de los estudiantes usan YouTube para entretenerse, quedando Google en segundo lugar en todas las categorías. Asimismo, se observa que cerca del 45% de cada grupo usa la PC como principal dispositivo y el Smartphone como el segundo más usado (cerca del 25% de cada categoría); además, alrededor del 90% descarga contenidos de la red; no obstante, casi ninguno (menos del 5%) paga por estos contenidos.

Gráfico 30. Plataformas más usadas para entretenimiento en Internet (N=723)
Pregunta 3.7



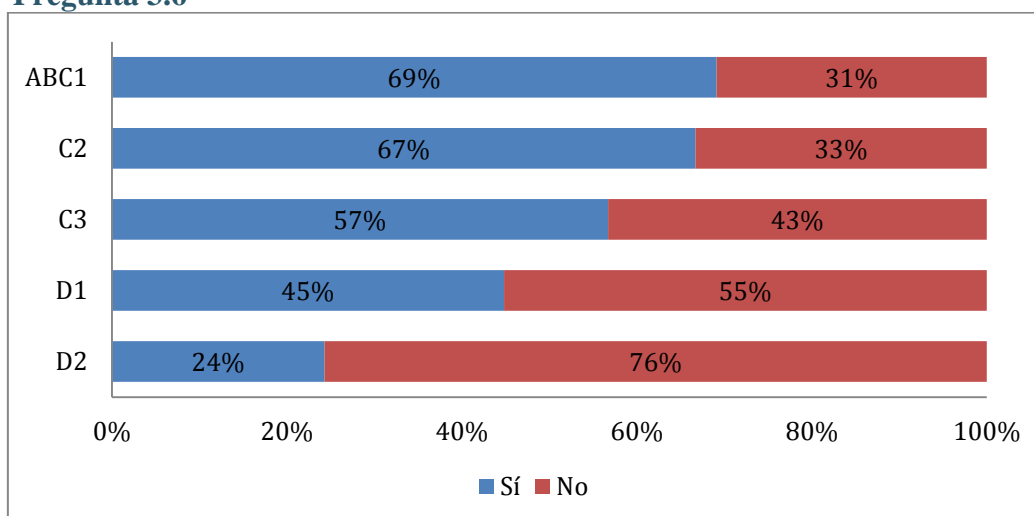
Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Al observar a los individuos según la relación que mantienen con el jefe del hogar, se tiene que, para entretenimiento, YouTube es la plataforma más usada por jefes del hogar (54%) e hijos (61%) y Google en el grupo de los cónyuges (56%); se tiene que Google queda en segundo lugar para los jefes del hogar y Facebook para los hijos. Al mismo tiempo, se puede ver que la PC es el principal dispositivo usado para este fin (43% de los jefes de hogar, 52% de los cónyuges y 39% de los hijos) y el Smartphone el segundo (alrededor del 30% en cada categoría); además, alrededor del 85% de los individuos de cada grupo descarga contenidos de Internet, y al igual que en los demás casos, no suelen pagar por éstos.

Según grupos etarios, se encontró que YouTube sigue siendo la plataforma más usada por los jóvenes (56%) y adultos (53%), mientras que Google es la más usada por los adultos mayores (64%); a su vez, se tiene que la PC sigue mostrándose como el principal dispositivo usado para entretenimiento (es usada por un 44% de jóvenes, 42% de adultos y 64% de adultos mayores) y se observa que alrededor del 80% de cada grupo descarga contenidos de la red y no paga por ellos.

En tanto a quienes acceden a Internet para informarse, como muestra el siguiente gráfico, se observa que los estratos más altos son los que usan más intensivamente la red para este fin; así, se puede observar que el estrato ABC1 y C2 tienen un porcentaje similar de usuarios, y que a partir del C2, éste se va reduciendo en los demás niveles. Además, se encontró que las plataformas más usadas son Google (87%) y, en bastante menor medida, Wikipedia (6%). Se sigue observando que la PC es el principal dispositivo de acceso (52%) y que los segundos más usados son la notebook en los estratos más altos y el Smartphone en los más bajos. Además, el 89% de los usuarios acceden a contenido en línea y, por lo general (97%), sin pagar por él.

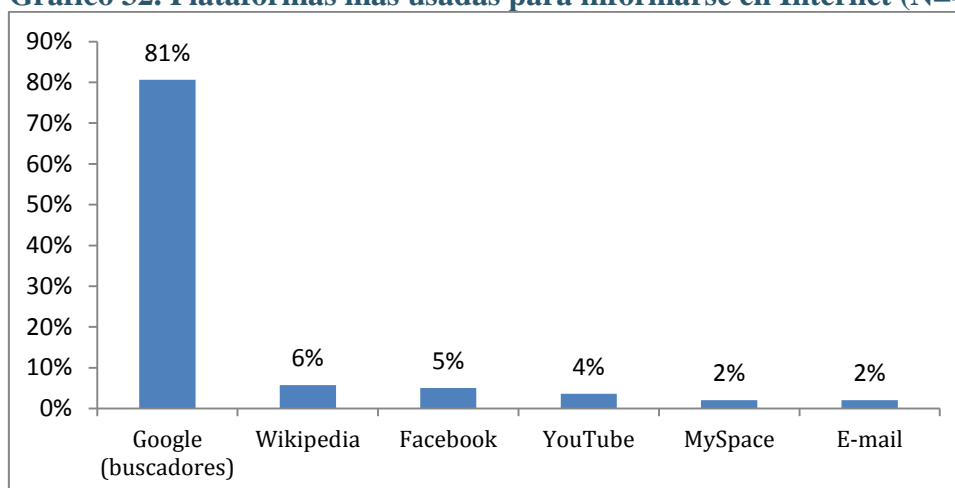
Gráfico 31. Uso de Internet para informarse (N=822)
Pregunta 3.6



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Por otra parte, según la condición ocupacional, se puede ver que el 90% de los estudiantes, el 77% de los trabajadores independientes y 81% de los empleados, usan Google para informarse, quedando Wikipedia como la segunda para los empleados y estudiantes, mientras que YouTube lo es para los trabajadores independientes. Asimismo, se observa que más de la mitad de cada grupo usa la PC, y cerca del 90% de los empleados y estudiantes y el 82% de los trabajadores independientes descargan contenidos de la red; no obstante, casi ninguno (menos del 5%) paga por estos contenidos.

Gráfico 32. Plataformas más usadas para informarse en Internet (N=438)



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Según la relación que los individuos tienen con el jefe de hogar, se observa que la mayor parte de los jefes (83%), cónyuges (76%) e hijos (82%) usan Google como la principal plataforma para informarse y Wikipedia como la siguiente opción. Al mismo tiempo, se puede ver que la PC es el principal dispositivo usado para este fin (cerca del 50% de cada categoría), y que la notebook es el segundo más usado por jefes de hogar

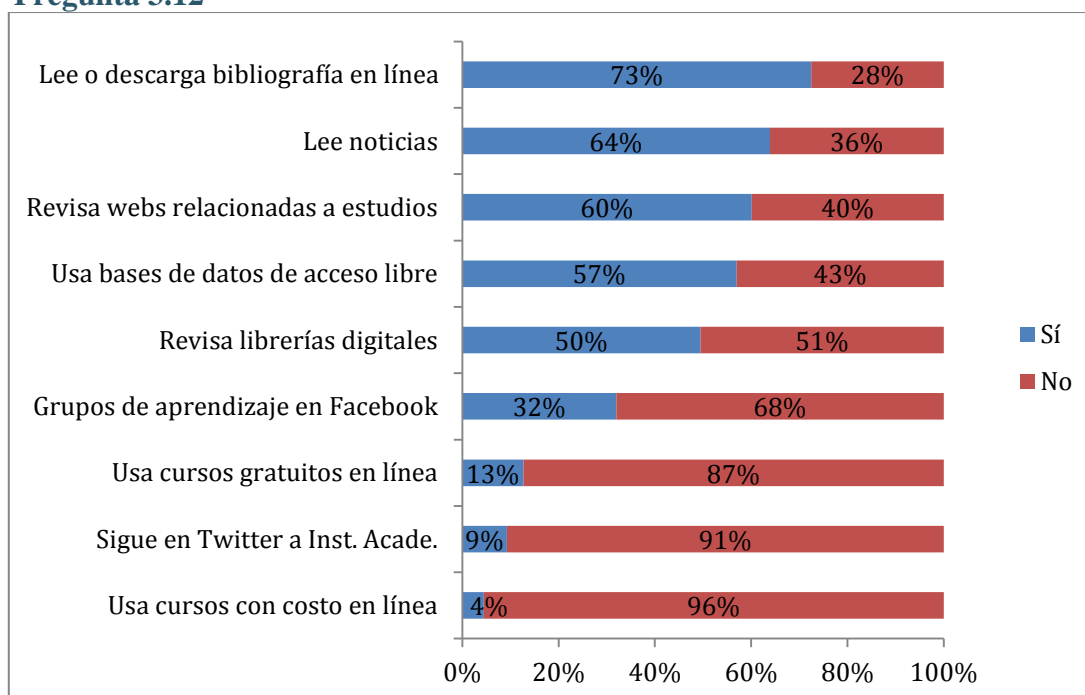
(19%) y cónyuges (18%), mientras que el Smartphone es el segundo más usado por los hijos (24%); asimismo, se tiene que alrededor del 90% de los individuos de cada grupo descarga contenidos de Internet, y al igual que en los demás casos, los encuestados no suelen pagar por éstos.

Además, según los grupos etarios, se encontró que Google sigue siendo la plataforma más usada en todos los grupos (76% en los jóvenes, 81% en los adultos y 77% en los adultos mayores), quedando Wikipedia en segundo lugar para los adultos y adultos mayores y Twitter para los jóvenes; a su vez, la PC se sigue mostrando como el principal dispositivo usado para informarse (la usa más del 50% en cada grupo etario); y también se observa que la mayoría descarga contenidos de la red y no paga por ellos.

4.1 Información sobre Internet usado para aprender²⁵

Como se puede ver en el Gráfico 33, la mayoría de quienes utilizan Internet para aprendizaje suele leer y descargar bibliografía en línea (73%) o leer noticias (64%). Por estrato, se puede ver que el patrón es muy similar a excepción del estrato D2, en el que los segundos usos más frecuentes son acceder a bases de datos libres y revisar páginas web relacionadas a estudios.

Gráfico 33. Actividades de aprendizaje en Internet (N=291)
Pregunta 3.12



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

De igual forma, se encontró que los usuarios que aprovechan los recursos que se encuentran en Internet para aprender, se caracterizan por ser hijas del jefe de hogar,

²⁵ En este apartado sólo se cuenta con información de aquellos individuos que usan Internet para aprender o estudiar (291 observaciones).

solteras, de educación universitaria incompleta, cuya actividad principal es trabajar.²⁶ Como se puede apreciar en la siguiente tabla, un 82% de las que trabajan lo hace como empleada.

Tabla 11. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para aprender o estudiar (N=47)

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hija	51%
Sexo	Mujer	57%
Estado Civil	Soltera	60%
Nivel educativo	Sup. Univ. Incompleta	36%
¿Estudia este año?	Sí	51%
Actividad principal	Trabajó	81%
Tipo de trabajo*	Empleada	82%
Tiene celular	Sí, propio	92%
Edad promedio	33,89 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (38)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

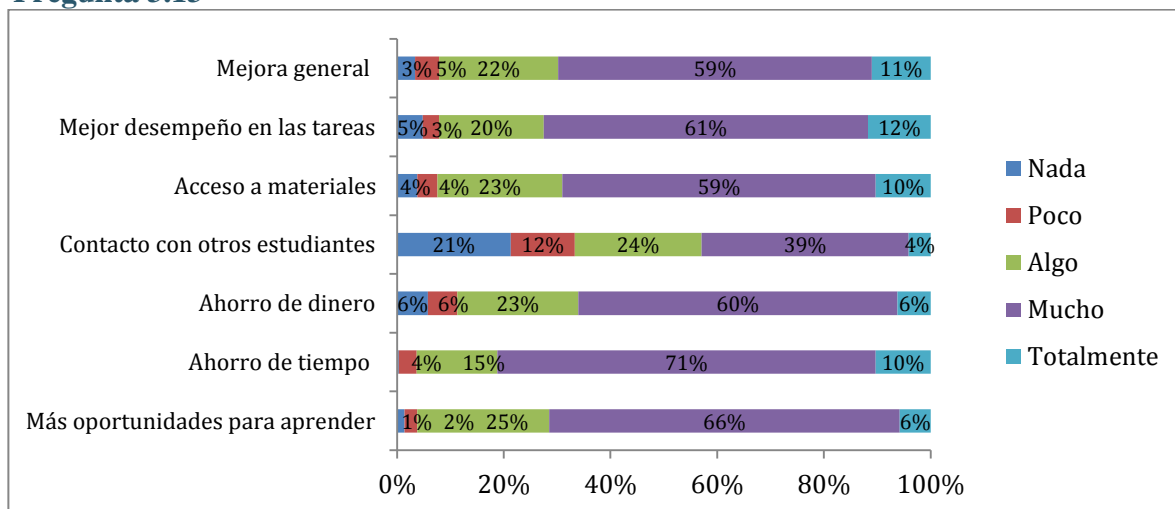
Elaboración propia.

Por otro lado, en el grupo de quienes utilizan Internet para aprender, se encontró que un 24% de los individuos que se siente plenamente satisfecho con el uso de la red para este fin; a su vez, se tiene que este porcentaje es mayor en los estratos C2 (37%), C3 (24%) y ABC1 (20%), frente a 13% en el D2.²⁷ Asimismo, como se muestra en el siguiente gráfico, un 59% de los encuestados sí siente que el uso de Internet ha contribuido mucho a una mejora general en su aprendizaje, sobre todo debido a un ahorro de tiempo (71%) y al acceso de nuevas oportunidades de aprendizaje (66%).

²⁶ Se considera que un individuo aprovecha los recursos de la red cuando declaró que sí realiza al menos 6 de las 9 actividades que son planteadas en el Gráfico 33.

²⁷ Se considera plenamente satisfecho a aquel informante que haya declarado que Internet lo ha ayudado “totalmente” o “mucho” en todas las dimensiones por las que se pregunta en la encuesta (más oportunidades para aprender, ahorro de tiempo y dinero, contacto con otros estudiantes, acceso a materiales, mejor desempeño en las tareas y mejora general en la educación).

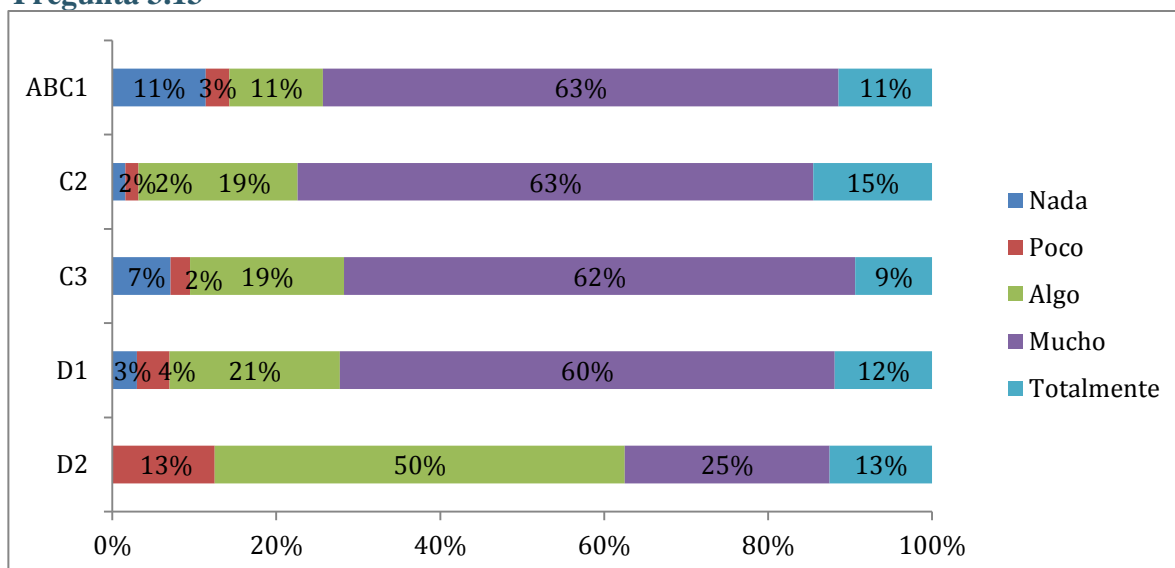
Gráfico 34. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el aprendizaje (N=291)
Pregunta 3.13



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

Y por estrato, como se puede ver en el siguiente gráfico, se tiene que cerca de un 10% del estrato ABC1 considera que la red no le ha ayudado en nada a hacer mejor sus tareas, mientras que este grupo sólo es el 2% en el estrato inmediato más bajo.

Gráfico 35. El uso de Internet ha ayudado a hacer mejor sus tareas (N=416)
Pregunta 3.13



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
Elaboración propia.

En esta misma línea, el porcentaje de quienes utilizan Internet para aprender y sienten que Internet ha hecho que su forma de buscar información para este fin cambie de manera sustancial es de 63%; este grupo se caracteriza, en la mayoría de casos, por estar formado por hijas del jefe de hogar, solteras, de secundaria incompleta cuya actividad

principal es trabajar, que, como se muestra en la Tabla 12, suelen ser empleadas; no obstante, un 28% de los individuos del grupo es trabajador independiente.²⁸

Tabla 12. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de aprender con a Internet (N=184)

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Hija	40%
Sexo	Mujer	66%
Estado Civil	Soltera	52%
Nivel educativo	Secundaria incompleta	28%
¿Estudia este año?	No	53%
Actividad principal	Trabajo	62%
Tipo de trabajo*	Empleada	64%
Tiene celular	Sí, propio	93%
Edad promedio	31,65 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (120)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Luego, por estratos, se tiene que alrededor del 60% de los estratos C2, C3 y D1 consideran que Internet sí ha cambiado sustancialmente su manera de aprender, frente a un 54% en el ABC1 y un 50% del D2.

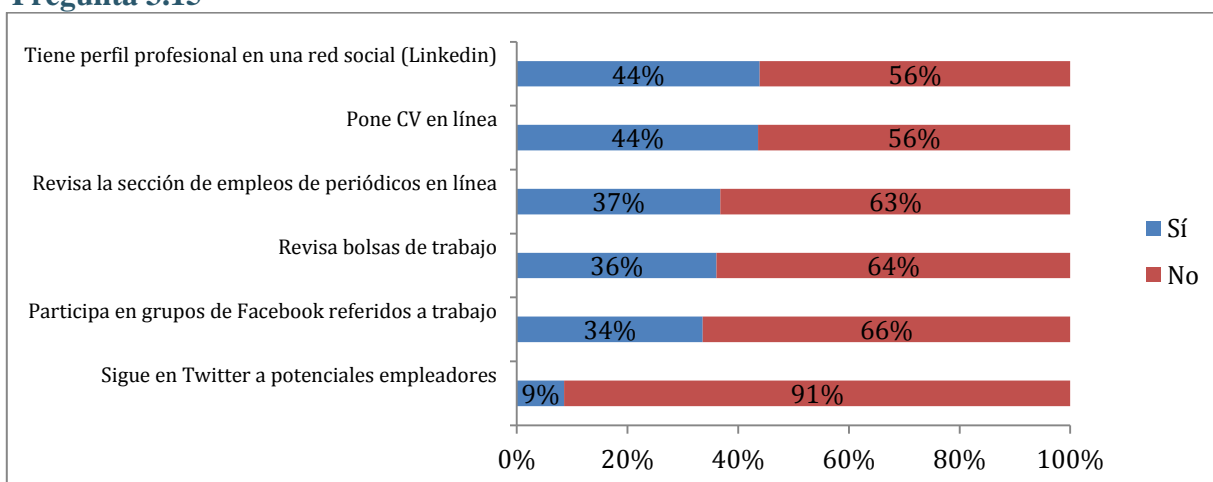
4.2 Información sobre Internet usado para trabajo o negocios²⁹

En cuanto al grupo que usa Internet para negocios o para trabajo, como muestra el Gráfico 36, se observa que la mayoría tiene un perfil profesional en una red social (44%) o pone su CV en línea (44%); además, un poco más de un tercio revisa la sección de empleos de periódicos en línea (37%), bolsas de trabajo (36%) o participa en grupos de Facebook relacionados a trabajo (34%). Según estratos socioeconómicos, se observa que el patrón se mantiene relativamente igual; no obstante, sólo 1 de los 5 encuestados del estrato D2 pone su CV en línea y el 66% del estrato ABC1 tiene un perfil en una red social profesional.

²⁸ Se toman a aquellos individuos que hayan informado que su manera de buscar información para aprender haya cambiado “mucho” o “totalmente”.

²⁹ En este apartado sólo se cuenta con información de aquellos individuos que usan Internet para trabajar o hacer negocios (280 observaciones).

Gráfico 36. Actividades relacionadas a negocios o trabajo en Internet (N=280)
Pregunta 3.15



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.
 Elaboración propia.

Como en el caso anterior, se profundiza en los usuarios que aprovechan los recursos que se encuentran en Internet para sus actividades laborales (18%). Éstas se caracterizan por ser hijas del jefe de hogar, solteras de educación universitaria completa cuya actividad principal es trabajar y que, como se puede ver en la Tabla 13, suelen ser empleadas.³⁰

Tabla 13. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para trabajo o negocios (N=51)

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefa del hogar	61%
Sexo	Mujer	61%
Estado Civil	Soltera	31%
Nivel educativo	Sup. Univ. Comp.	24%
¿Estudia este año?	No	73%
Actividad principal	Trabajo	88%
Tipo de trabajo*	Empleada	79%
Tiene celular	Sí, propio	96%
Edad promedio	35,64 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (47)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre - 2014

Por otro lado, en el grupo de quienes utilizan Internet para trabajo o negocios se observa que sólo un 6% de los individuos se siente plenamente satisfecho con la experiencia; por estratos, se tiene que este porcentaje de usuarios llega al 10% en el estrato más alto y se reduce al 5% en el D1.³¹ Asimismo, como se aprecia en el Gráfico 37, un 51% de los encuestados percibe que el uso de Internet le ha ayudado mucho a ahorrar tiempo, 39%

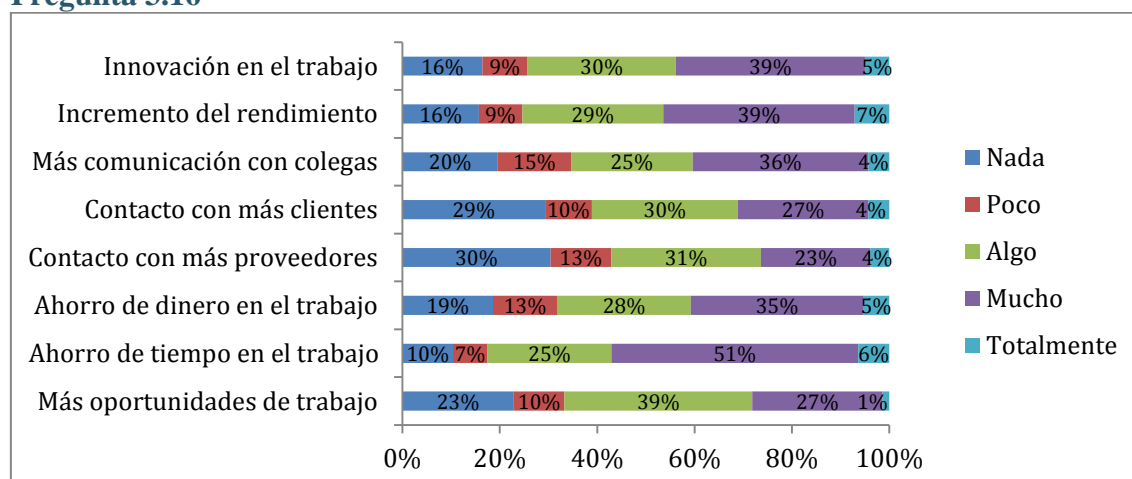
³⁰ Se considera que un individuo aprovecha los recursos de la red para trabajo o negocios cuando declaró que sí realiza al menos 4 de las 6 actividades que son planteadas en el Gráfico 36.

³¹ Se considera plenamente satisfecho a aquel informante que haya declarado que Internet lo ha ayudado “totalmente” o “mucho” en todas las dimensiones por las que se pregunta en la encuesta (mayores oportunidades de empleo, ahorro de tiempo y dinero en su trabajo, mayor contacto con proveedores y clientes, mayor comunicación con colegas, incremento del rendimiento e innovación en el trabajo).

también considera que el uso de la red ha ayudado mucho al incremento del rendimiento y la innovación, mientras que un 30% considera que Internet no le ha ayudado en nada a contactarse con más proveedores.

Gráfico 37. Percepciones sobre los beneficios de Internet en el trabajo o negocios (N=280)

Pregunta 3.16



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

En esta misma línea, se encontró que cerca de la mitad (49%) de quienes utilizan Internet para trabajo o negocios considera que Internet ha hecho que su forma de buscar información cambie de manera sustancial;³² así, se tiene que este grupo está compuesto, en la mayoría de casos, por jefas de hogar, solteras, de educación universitaria completa cuya actividad principal es trabajar y que, como se puede ver en la Tabla 14, suelen ser empleadas, aunque un 32% es trabajador independiente.³³

Tabla 14. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de trabajar o hacer negocios con Internet (N=136)

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefa del hogar	59%
Sexo	Mujer	60%
Estado Civil	Soltera	34%
Nivel educativo	Secundaria completa	21%
¿Estudia este año?	No	83%
Actividad principal	Trabajo	93%
Tipo de trabajo*	Empleada	64%
Tiene celular	Sí, propio	96%
Edad promedio	40,11 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (132)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014

³² Hace referencia a aquellos individuos que hayan informado que su manera de buscar información para trabajo o negocios ha cambiado “mucho” o “totalmente” gracias a Internet.

³³ Un 27% de este grupo está casado y un 23% es conviviente.

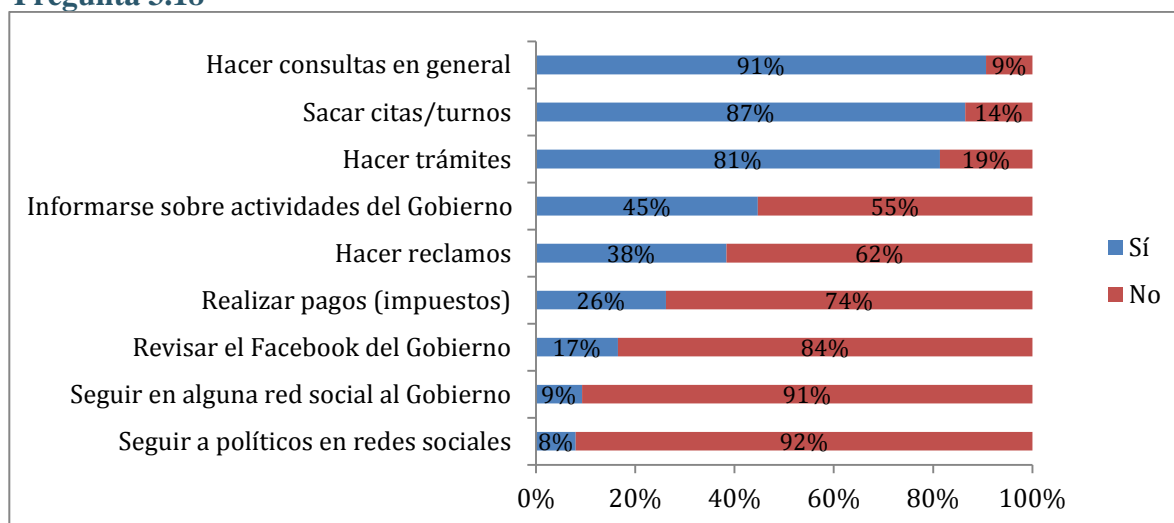
Por estratos, se tiene que más de la mitad de los sectores ABC1, C2 y C3 consideran que la red sí ha cambiado su manera de trabajar o hacer negocios, frente a un 34% del D1 y un 40% del D2.

4.3 Información sobre Internet usado para interactuar con el Gobierno³⁴

En cuanto al grupo que usa Internet para comunicarse con el Gobierno, se observa que la mayoría de ellos usa la red para hacer consultas en general (91%) o sacar citas y turnos (87%), un 81% usa la red para hacer trámites, un 45% para informarse sobre actividades del Gobierno, 38% para hacer reclamos y cerca de un cuarto de la muestra para realizar pagos, como se puede ver en el Gráfico 38. Según estratos socioeconómicos, se encontró que hacer consultas en general sigue siendo la actividad más usual en todo los estratos; asimismo, se observa que la intensidad en todos los usos va disminuyendo conforme se baja a los estratos D; por ejemplo, un 96% del estrato ABC1 hace trámites en Internet, frente a un 43% del estrato D2.

Gráfico 38. Actividades de comunicación o interacción con el Gobierno en Internet (N=237)

Pregunta 3.18



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

De igual forma, se encontró que un 35% de los usuarios de este grupo aprovecha los recursos que se encuentran en Internet para comunicarse con el Gobierno, y se caracterizan por ser jefas de hogar, solteras, de educación universitaria incompleta cuya

³⁴ En este apartado sólo se cuenta con información de aquellos individuos que usan Internet para interactuar con el Gobierno (237 observaciones).

actividad principal es trabajar y que, como se aprecia en la Tabla 15, suelen ser empleadas, aunque un 35% de la muestra es trabajador independiente.³⁵

Tabla 15. Perfil sociodemográfico de los individuos que aprovechan Internet para interactuar con el Gobierno (N=83)

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefa del hogar	55%
Sexo	Mujer	69%
Estado Civil	Soltera	33%
Nivel educativo	Sup. Univ. Incomp.	23%
¿Estudia este año?	No	78%
Actividad principal	Trabajo	81%
Tipo de trabajo*	Empleada	59%
Edad promedio	38,81 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (71)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

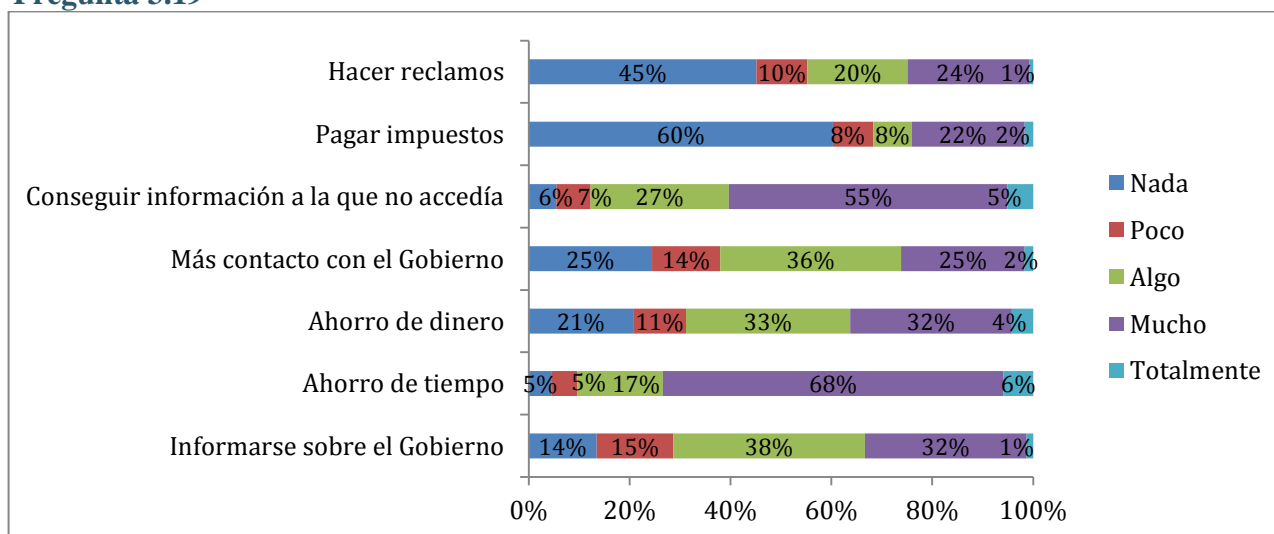
Por otro lado, en el grupo de quienes utilizan Internet para interactuar con el Gobierno, sólo 5% de los individuos se siente plenamente satisfecho con el uso de Internet para este fin (9% en el estrato ABC1, 8% en el C2, 7% en el C3 y 1% en el D).³⁶ Asimismo, como se puede ver en el siguiente gráfico, un 68% considera que acceder a la red le ha permitido ahorrar mucho tiempo, un 55% que le ha ayudado mucho a conseguir información a la que antes no accedía y un 38% a informarse algo sobre el Gobierno; por otro lado, un 60% percibe que Internet no le ha ayudado en nada a pagar impuestos y un 45% siente lo mismo respecto a hacer reclamos.

³⁵ Se considera que un individuo aprovecha los recursos de la red para interactuar con el Gobierno cuando declaró que sí realiza al menos 5 de las 9 actividades que son planteadas en el Gráfico 38.

³⁶ Se considera plenamente satisfecho a aquel informante que haya declarado que Internet lo ha ayudado “totalmente” o “mucho” en todas las dimensiones por las que se pregunta en la encuesta (mantenerse informado sobre todo lo relacionado al Gobierno, ahorrar tiempo y dinero, mayor contacto con el Gobierno, conseguir información que antes no hubiera tenido, pagar impuestos y hacer reclamos).

Gráfico 39. Percepciones sobre los beneficios de Internet para interactuar con el Gobierno (N=237)

Pregunta 3.19



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

Del grupo de quienes utilizan la red para interactuar con el Gobierno, se tiene que el 50% considera que Internet ha hecho que su manera de acercarse al Gobierno cambie de manera sustancial; según estrato socioeconómico, este porcentaje asciende al 61% del nivel ABC1, regresa a la mitad en el estrato C, se reduce al 43% en el nivel D1 y aumenta al 57% en el estrato D2.³⁷

Además, los individuos de este grupo se caracterizan, en la mayoría de casos, por ser jefas de hogar, solteras, de educación secundaria completa, cuya actividad principal es trabajar y, como se puede ver en la siguiente tabla, la mayoría de veces son empleadas, aunque un 28% de los individuos de este grupo es trabajador independiente.

Tabla 16. Perfil sociodemográfico de los individuos que cambiaron sustancialmente su manera de interactuar con el Gobierno con Internet (N=119)

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefa del hogar	47%
Sexo	Mujer	71%
Estado Civil	Soltera	35%
Nivel educativo	Secundaria completa	25%
¿Estudia este año?	No	75%
Actividad principal	Trabajar	71%
Tipo de trabajo*	Empleada	60%
Edad promedio	37,11 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (93)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

³⁷ Hace referencia a aquellos individuos que hayan informado que su manera interactuar o contactarse con el Gobierno ha cambiado “mucho” o “totalmente” gracias a Internet.

El 59% de este grupo sabe que, por ley, tiene derecho a acceder a la información pública, y se encontró que los individuos de este grupo se caracterizan, en la mayoría de casos, por ser jefas de hogar, solteras de educación secundaria completa, cuya actividad principal es trabajar y que, como se muestra en la Tabla 17, suelen ser empleadas, aunque un 27% de los individuos de este grupo es trabajador independiente.

Tabla 17. Perfil sociodemográfico de los individuos que saben que tienen derecho a acceder a información pública (N=140)

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefa del Hogar	54%
Sexo	Mujer	66%
Estado Civil	Soltera	32%
Nivel educativo	Secundaria Completa	24%
¿Estudia este año?	No	76%
Actividad principal	Trabajo	78%
Tipo de trabajo*	Empleada	60%
Tiene celular	Sí, propio	94%
Edad promedio	40,3 años	

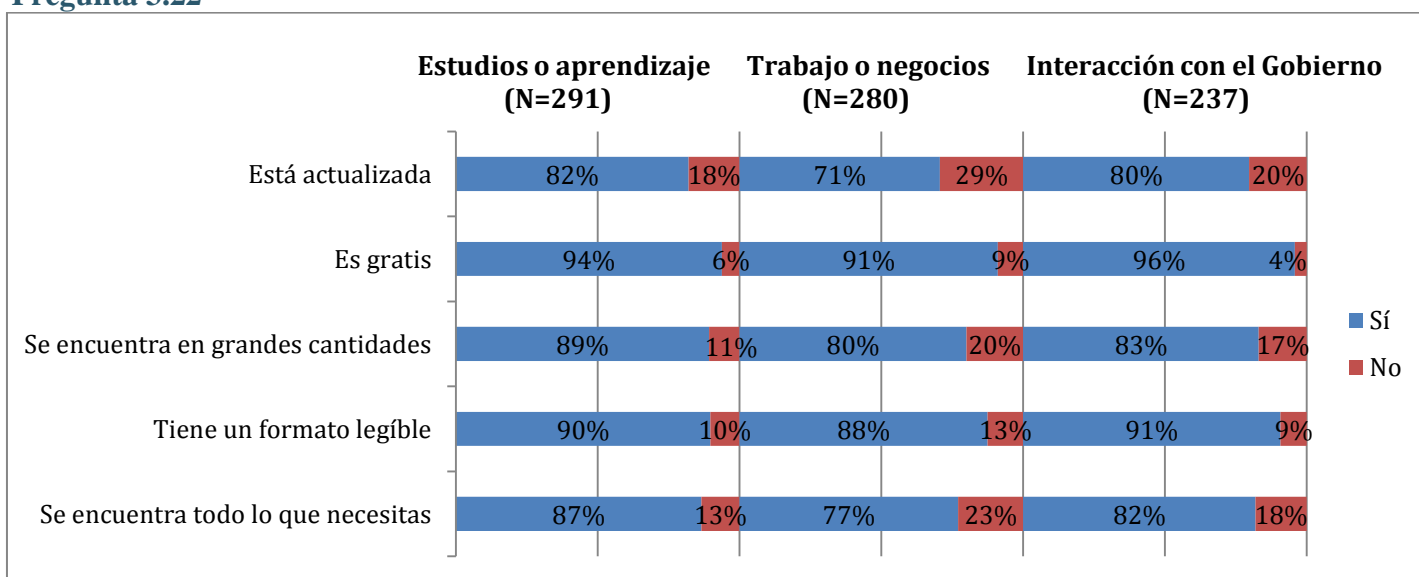
*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (116)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre - 2014

4.4 Información general sobre Internet usado para aprender, trabajar y/o interactuar con el Gobierno

Como se puede ver en el Gráfico 40, la mayoría de los encuestados que usa Internet para estudios, trabajo y/o interacción con el Gobierno considera que la información a la que pueden acceder en la red es abundante, actualizada, libre, legible y suficiente; no obstante, se observa que en cada uno los tres usos cerca del 20% de los usuarios afirma que la información no está actualizada.

Gráfico 40. Características de la información buscada en Internet según finalidades
Pregunta 3.22



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

5. SECCIÓN ACTITUDINAL

Finalmente, en esta sección se presentará información sobre la opinión de los encuestados respecto al uso y acceso a Internet; para esta parte se cuenta con las respuestas de todos los informantes seleccionados por hogar, sean o no usuarios de Internet. En este sentido, se puede ver que un 85% de los individuos considera que hay que tener cuidado con la información personal que se sube a Internet; de manera similar, un 15% está por lo menos en desacuerdo con que no deban haber barreras para acceder a contenidos en Internet. Así, se encontró que las personas que están por lo menos de acuerdo con que hay que tener cuidado con la información personal en la red y al mismo tiempo están en desacuerdo o muy en desacuerdo con que Internet deba ser libre representan el 13% de los encuestados y se caracterizan por ser, en su mayoría, jefas del hogar, solteras, con secundaria incompleta y cuya principal actividad es trabajar.

Tabla 18. Perfil sociodemográfico de los individuos que consideran que Internet no debe ser libre y que hay que tener cuidado con la información personal que se sube (N=153)

	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefa del Hogar	55%
Sexo	Mujer	69%
Estado Civil	Casada	29%
Nivel educativo	Secundaria Incompleta	27%
¿Estudia este año?	No	86%
Actividad principal	Trabajo	58%
Tipo de trabajo*	Empleada	52%
Tiene celular	Sí, propio	83%
Edad promedio	43,93 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (103)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre - 2014

Por otro lado, un 67% está en desacuerdo o muy en desacuerdo con que Internet sea una pérdida de tiempo; mientras que más del 70% está de acuerdo con que es necesario tener acceso a la red en casa, además de usarla para educación, con que las TIC son importantes para estar integrado y con que el acceso a Internet debería ser un derecho garantizado. Así, se encontró que un 57% de la población que está por lo menos de acuerdo con que Internet debería ser un derecho garantizado por el Estado y está en desacuerdo con que Internet sea una pérdida de tiempo; los individuos de este grupo están caracterizados, en su mayoría, por ser jefas del hogar, solteras, con secundaria completa y cuya actividad principal es trabajar.

Tabla 19. Perfil sociodemográfico de los individuos que consideran que el acceso a Internet debe ser garantizado por el Estado (N=654)

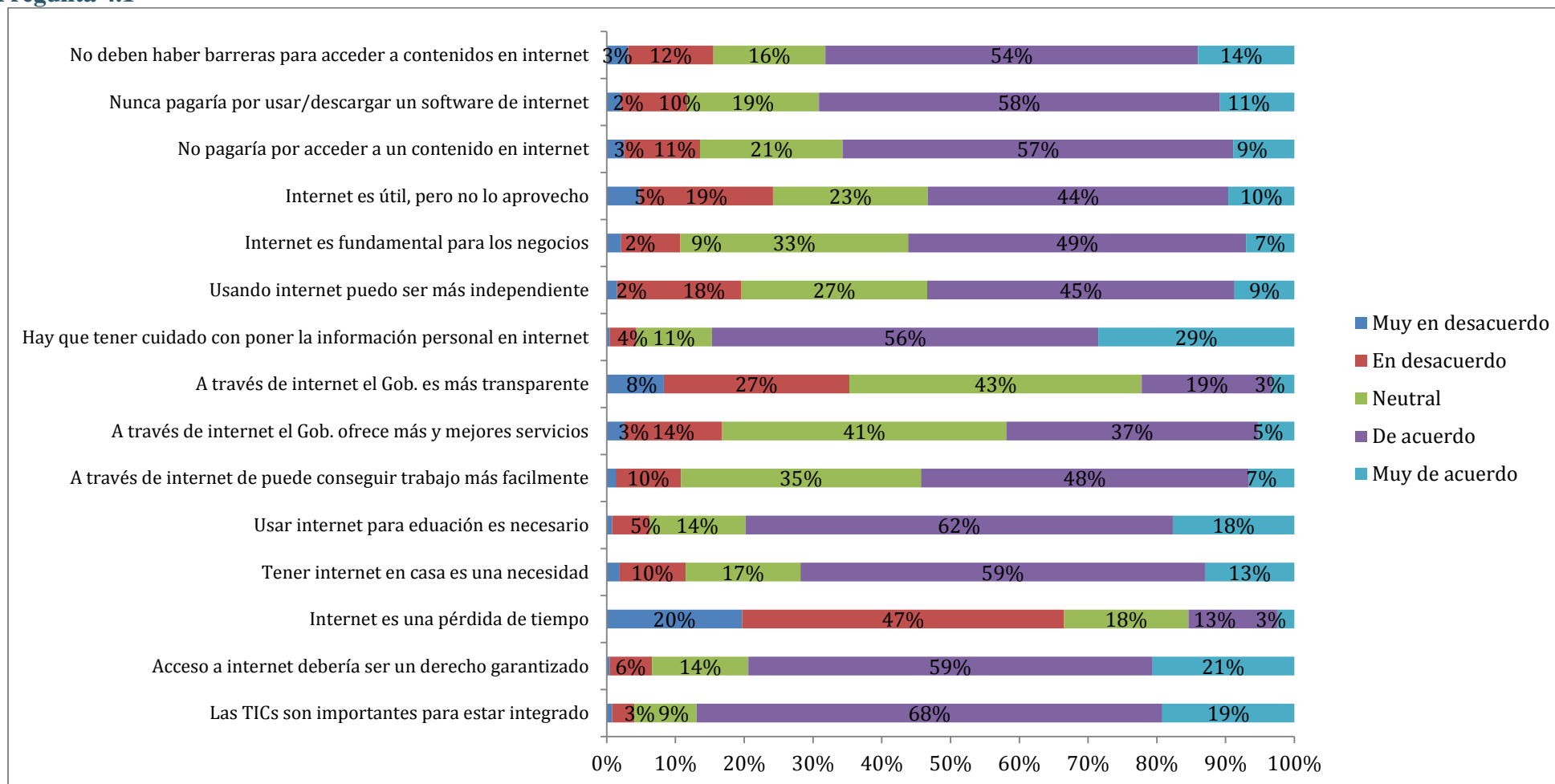
	Categoría	Porcentaje
Relación con el jefe del hogar	Jefa del hogar	51%
Sexo	Mujer	63%
Estado Civil	Soltera	31%
Nivel educativo	Secundaria completa	27%
¿Estudia este año?	No	81%
Actividad principal	Trabajo	62%
Tipo de trabajo*	Empleada	56%
Tiene celular	Sí, propio	88%
Edad promedio	40 años	

*Sólo para los individuos que sí se encuentran trabajando (429)

Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre - 2014

Gráfico 41. Opinión sobre las implicancias del acceso a Internet (N=1.138)

Pregunta 4.1



Fuente: Encuesta sobre uso de Internet: Plataformas y datos de acceso libre – 2014.

Elaboración propia.

6. BALANCE

En la ciudad de Buenos Aires, a partir de 1.149 hogares y 3.651 individuos, se seleccionaron aleatoriamente 1.149 individuos (informantes) para indagar más en profundidad respecto al uso de Internet desde diferentes dispositivos. De esta manera, los informantes son en su mayoría mujeres de educación secundaria completa, de estado civil “soltera”, empleadas con celular propio, y de 41 años de edad.

En cuanto al acceso a dispositivos, en el bloque A, el 44% de informantes usó en los últimos tres meses un Smartphone, mientras que un 42% usó un teléfono móvil simple. Para los dispositivos del bloque B, el uso se encuentra en 14% para Tablet, 25% para Notebook, 15% para XO y 51% para PC. Al considerar niveles socioeconómicos, en todos éstos, la PC constituye el dispositivo más usado.

El uso de las funciones de los dispositivos del bloque A es de más del 50% de informantes para navegación en Internet y redes sociales; el 48% y 38% de informantes acceden a Internet para actividades de chat y correo, respectivamente; estas cuatro funciones presentan mayores proporciones en los niveles socioeconómicos más altos. Para los dispositivos del bloque B, el principal uso de Internet es “buscadores” (casi 90% de informantes), seguido de “redes sociales” y “correo electrónico”; el menor uso se da para “banca en línea” (20%). Es importante resaltar que un 38% de los informantes, de los que declaran usar alguno de los dispositivos, manifiesta no acceder a Internet desde cualquiera éstos debido a que no tienen necesidad ni interés, mientras que un 37% no lo hace porque el dispositivo no se lo permite.

De los informantes del bloque B que declararon acceder a Internet, el 94% de éstos lo hace desde su casa. El perfil de aquellos que acceden a este servicio desde casa (672 informantes) es: jefas de hogar solteras, de secundaria completa, con “trabajo” como actividad principal y con celular propio. En contraste, los que acceden a Internet desde cabinas (59 informantes) son hijos del jefe de hogar, solteros, de secundaria incompleta, que se dedican a trabajar y tienen celular propio.

Respecto a los que acceden a Internet desde cualquier dispositivo (822 informantes), se encontró que el 53% del uso del tiempo dedicado a Internet se destina a entretenimiento, seguido del uso para buscar información (24%) y para el trabajo (10%). La proporción de uso para entretenimiento se incrementa mientras se pasa a niveles socioeconómicos más bajos, mientras que las proporciones de uso para estudios, trabajo y búsqueda de información se incrementa mientras más alto es el nivel socioeconómico.

En cuanto a las actividades para las que se emplea Internet (considerando los 822 informantes), se encuentra que 88% accede para entretenimiento, 35% para actividades de aprendizaje, 34% para trabajo o negocios, 53% para informarse y 29% para establecer comunicación con el gobierno.

Como se menciona en la introducción, la encuesta recoge datos principalmente de los usos de Internet para estudios, trabajo y contacto con el gobierno. De esta manera, se encuentra que para estas tres actividades, la mayoría de informantes emplea Internet como primera fuente de información (72%, 64% y 57%, respectivamente). A su vez, las plataformas más usadas para aprender son Google y Wikipedia; para trabajo son Google y correo electrónico; y para interactuar con el gobierno son Google y los sitios web del gobierno correspondientes.

Los informantes que aprovechan Internet para aprender o estudiar (47) son principalmente mujeres solteras, con educación superior universitaria incompleta, que se encuentran estudiando en el año en que se llevó a cabo la encuesta y con celular propio. Además, los 51 informantes que aprovechan Internet para trabajo o negocios son básicamente mujeres solteras con educación superior universitaria completa, con trabajo como empleadas y con celular propio. Por último, los 83 informantes que aprovechan Internet para interactuar con el gobierno son principalmente mujeres solteras, con educación superior universitaria incompleta, y son empleadas.

Finalmente, en cuanto a las características de la información buscada en Internet (que la hace libre y abierta), en las actividades de estudios o aprendizaje, trabajo e interacción con el gobierno, destaca que la información es gratis; el contraste se encuentra en la característica de “la información está actualizada”.